

Maîtriser le marketing d'influence

1390,00 €HT

1668,00 €TTC

*Obtenez -15% sur le total de votre commande
à partir du 2ème participant*

Durée: 2 jours (14 heures)

Prochaine session : 25-26 nov 2020 (Session garantie)

Modalité : Présentiel

Niveau : Intermediaire

Présentation

Cette formation s'inscrit dans la continuité du déploiement de sa stratégie de présence digitale. Elle permettra d'appréhender et de bien comprendre l'utilité de recourir au marketing d'influence pour activer différents leviers auprès de ses communautés et contribuer ainsi à l'image de marque de l'entreprise.

Objectifs

- Comprendre les principaux enjeux du marketing d'influence
- Connaître et appréhender l'écosystème des influenceurs
- Maîtriser les différentes étapes d'une campagne d'influence
- Savoir capitaliser ses campagnes d'influence

Pré-requis & Profil des participants

Elle nécessite les pré-requis suivant :

- Maîtriser les fondamentaux d'une présence sur les médias sociaux
- Être inscrit dans une démarche de stratégie d'influence marketing et avoir déjà un projet dans ce sens (il sera intéressant en effet de partir d'un cas concret pour être dans une démarche proactive et commencer à établir son plan de communication).
- Être déjà sensibilisé à l'intérêt de faire appel à des influenceurs

Elle s'adresse :

- Aux professionnels du marketing
- Aux professionnels de la communication
- Social Media Manager
- Chefs de projet Web et Digital
- Community Manager
- Manager RP
- Dirigeants

Ou toute autre fonction amenée à mettre en place des campagnes d'influence.

Programme

Premier jour

1. Marketing d'influence, élément clé de la stratégie Social Media

- Comprendre les nouveaux enjeux de la communication de marque
- Maîtriser les concepts de persona marketing
- Connaître l'importance du marketing d'influence dans le plan de communication
- Evaluer l'adéquation des actions à mettre en place avec les objectifs de marque
- Savoir repérer les indicateurs sociaux pour déterminer l'impact d'une future campagne d'influence

2. Avant de se lancer dans une campagne d'influence marketing

- Comprendre l'importance d'une bonne veille
- Connaître l'importance de suivre et maîtriser son e-réputation
- Savoir anticiper et prévoir une gestion de crise
- Comprendre l'importance de l'analyse a posteriori d'une crise pour en tirer de bonnes pratiques et/ou affiner les différents scénarios possibles
- Apprendre à connaître ses communautés selon les plateformes

3. Le marketing d'influence

- Comprendre le marketing d'influence
- Définir l'influence et observer les tendances actuelles
- Le marketing d'influence vs la publicité digitale traditionnelle
- Les différentes approches et acteurs du marketing d'influence
- Les opportunités et risques du marketing d'influence
- L'importance de la veille sur les nouvelles pratiques de marketing d'influence et les nouvelles tendances

Deuxième jour

4. Les influenceurs

- Les différentes typologies d'influenceurs
- Le point sur la montée en puissance des influenceurs

- Les thématiques les plus populaires pour les influenceurs
- Comprendre les missions et les rôles des influenceurs
- Les outils pour détecter ses influenceurs
- Le point sur les attentes et motivations des influenceurs et de leurs communautés

5. Les relations influenceurs

- Identifier les leaders d'opinions grâce aux réseaux sociaux
- Savoir repérer les contenus riches pour ses propres médias
- Savoir établir une relation sur le long terme
- Comprendre comment prendre contact et motiver un influenceur
- Mettre en place une collaboration marque/influenceur
- Savoir instaurer une relation gagnant/gagnant

6. Concevoir sa stratégie d'influence

- Repérer des campagnes d'influence marketing efficaces et en tirer les bonnes pratiques
- Identifier les attentes des cibles et cartographier le parcours utilisateur
- La gestion de projet d'une campagne d'influence marketing selon la méthode QQQCP
- Le point sur les agences d'influence marketing : faut-il y recourir ? Qu'en attendre ?
- Les outils de gestion de campagnes d'influence
- Analyser le parcours client et les sources d'influence
- Déployer une stratégie de contenu efficace
- Fixer des objectifs précis, cohérents avec sa stratégie de communication
- Définir des KPI pertinents pour évaluer les retombées de sa stratégie
- Définir un calendrier de déploiement de sa campagne
- Evaluer les résultats d'une campagne
- Exemples concrets