Digital | Webmarketing

LE MARKETING D'INFLUENCE

En résumé

Un parcours de formation action personnalisé pour utiliser le marketing d'influence à bon escient.
Le marketing d'influence est en plein essor avec l'apparition de nouveaux acteurs; les influenceurs.
Très tendance, le marketing d'influence représente un levier de communication incontournable pour les marques.
Cette formation permet de comprendre les enjeux et les mécanismes de ce nouveau vecteur de communication et apprend à mettre en place sa stratégie d'influence.

Durée
0.5 jour(s) / 3.5 heure(s)

Effectif
De 3 à 8 stagiaires

Tarif
350 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
MRNV-0000-MINF-01

En alliant théorie et pratique, cette formation marketing d'influence donne les clés pour élaborer une stratégie d'influence sur mesure et piloter des campagnes de communication efficaces. Vous y apprendrez notamment à maîtriser les outils d'identification des influenceurs. A l'issue de cette formation marketing d'influence à Marseille, vous saurez transformer les réseaux sociaux et l'inbound marketing en leviers puissants pour votre communication d'influence digitale. Ce parcours aborde également la réglementation du marketing d'influence pour une gestion éthique de vos relations avec les influenceurs.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- Formation découvrir les réseaux sociaux et leurs usages.
- Formation initier sa stratégie de communication sur les réseaux sociaux.
- Formation Stratégie avancée sur les réseaux sociaux.
- Formation Réseaux sociaux : quels objectifs, quels réseaux, quel positionnement ?
- Formation plan d'action commercial.
- Formation continue Inbound marketing .
- Formation Déployer une communication numérique en entreprise vous permettant de valider un **Certificat de Compétence en Entreprise éligible au financement CPF,** Vous pouvez vous inscrire ICI.

À qui s'adresse la formation ?

Public

Cette formation s'adresse aux responsables web, chefs de projet, webmasters, chargés de communication, community managers, web marketeurs.

Prérequis

Il est recommandé d'avoir une bonne connaissance des réseaux sociaux, de leurs spécificités et de leurs usages, ainsi que des mécaniques du Community management.
Il est également avisé d' être à l'aise avec la stratégie d'inbound marketing et de brand content.

– Mettre en place une campagne d'influence performante et mesurée.

Programme

Qu'est-ce que le marketing d'influence ?
Les enjeux pour l'entreprise
Comment mesurer l'influence en ligne ?
Repérer les influenceurs et les segmenter
A chaque réseau ses influenceurs et son type d'influence
La stratégie d'influence : un procédé plus complexe qu'il n'y paraît
Être au clair avec ses objectifs et ses cibles
Différents concepts et mécaniques pour faire passer les bons messages
Cartographier ses influenceurs
Mesurer les résultats et identifier les canaux d'optimisation
La mise en place d'un plan d'influence marketing
La relation marque et influenceur
Les différents acteurs de l'influence
Les outils d'identification
L'influence et la réglementation
Règles liés à la publicité et aux partenariats
Les secteurs encadrées par la loi : alcool, food, enfance, …
La notion de propriété intellectuelle

Méthodes pédagogiques

– Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
– Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
– Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
– Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations … qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.
Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.
Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.