



Communiquer auprès des influenceurs

Objectifs de la formation :

- ✓ Savoir identifier les influenceurs
- ✓ Mener une campagne d'influence marketing
- ✓ Mesurer les retombées de ses actions

Durée :

1/2 journée (4h)

Numéro d'agrément :

11 94 08759 94

Prérequis :

Connaissance de l'outil Internet et notions de communication.

Formateur :

Consultant formateur Webmarketing, 15 ans d'expérience. Certifié ICPF&PSI, agréé CNEFOP.

Moyens pédagogiques :

Support de formation électronique et connexion Internet fournis. Exercices et cas pratiques proposés tout au long de la formation. Evaluation en fin de formation pour validation des acquis.

Formation éligible au CPF :

CPF 236097

Contactez-nous :

www.webmarketing-com.com/formation

Plan de la formation :

1. Introduction :

- ✓ Qui sont les influenceurs aujourd'hui et quelle est leur influence sur les internautes ?

2. Pourquoi communiquer auprès des influenceurs

- ✓ Créer du relationnel
- ✓ Obtenir des recommandations
- ✓ Augmenter sa visibilité et son trafic

3. Comment communiquer avec les influenceurs

- ✓ Les différentes façons de communiquer auprès des influenceurs : Relations presse dédiées, événements, test de produits ou de services, publications sponsorisées.
- ✓ Adapter son message selon les influenceurs
- ✓ Que peut-on demander aux influenceurs ?
- ✓ Quelles contreparties offrir ?

Cas pratique 1 : Analyse de campagnes existantes

4. Le déroulement d'une opération de marketing d'influence

- ✓ Préparer un brief
- ✓ Faut-il passer par une régie pour mener une campagne auprès des influenceurs ?
- ✓ Identifier les influenceurs et qualifier leur audience
- ✓ Eviter les faux influenceurs
- ✓ Prendre contact avec les influenceurs
- ✓ Mener les échanges tout au long de la campagne
- ✓ Organiser un événement influenceurs
- ✓ Mesurer les retombées de l'opération

Cas pratique 2 : créer un brief de campagne pour les influenceurs

Cas pratique 3 : faire une sélection et qualifier les influenceurs

Évaluation des connaissances sous forme de quiz.

Niveau et public concerné : Débutants / Intermédiaires. Responsable communication, Chargé de communication, Chef de projet, Chef de produit, Entrepreneur et curieux.