

	ps9-conseil.com	Formation continue Lyon – Paris Clermont-Fd – Saint-Etienne
---	--	--

Formation
Marketing d'influence
Trouver et mobiliser les influenceurs des réseaux sociaux

Durée: 1 jour

Objectifs

- o Savoir identifier des influenceurs pertinents pour son entreprise
- o Etre en mesure de construire une campagne de marketing d'influence
- o Intégrer le marketing d'influence dans ses moyens de communication

Destinataires

Professionnels du marketing et de la communication – Responsables commerciaux, dirigeants et chefs d'entreprise -

Pre-requis

Utiliser les réseaux sociaux

Programme

Comprendre le marketing d'influence

Qu'est-ce que le marketing d'influence ?
Pourquoi utiliser cette technique ?
S'inspirer des success stories : des exemples

Evaluer les conditions de succès

Quelles entreprises peuvent pratiquer le marketing d'influence ?
Quelles conditions pour réussir son marketing d'influence ?

Mobiliser sa communauté

Le fan ou abonné, maillon élémentaire de l'influence
Le marketing de la recommandation

Identifier les influenceurs

Qui sont ces influenceurs (influenceuses) ? des blogueurs aux instagrameurs
La typologie des influenceurs : des people aux micro-influenceurs
Des outils pour identifier des influenceurs

Mobiliser les influenceurs

Comment motiver un influenceur ?

L'opération de marketing d'influence, un contrat win-win

Définir sa stratégie d'influence

Qui (quelles personnes influentes et pertinentes pour son entreprise mobiliser)

Quoi (quelles actions vont mener ces influenceurs)

Où (sur quels medias va-t-on agir)

Quand (quand effectuer ces actions)

Comment (quel mécanisme, processus mettre en œuvre)

Pourquoi (quels objectifs attendus)

Mettre en œuvre une campagne de marketing d'influence

La gestion de projet d'une campagne d'influence

Les indicateurs de performance et l'évaluation du ROI

Les plateformes de marketing d'influence : faut-il y recourir ?

Le marketing d'influence dans le plan de communication

Méthodes pédagogiques

Alternance d'exposés méthodologiques, d'exercices pratiques et d'observation de cas réels.

Outils et matrices de mise en œuvre (sous Excel, Word)

Remise d'un document de synthèse