

Programme de Formation

E-Learning : Marketing d'influence

Description

Points Forts

Maîtrisez les fondements, outils et stratégies d'une campagne d'influence réussie, de la veille au suivi relationnel marque-influenceur.



Public visé

- Responsables marketing ou communication
- Entrepreneurs, porteurs de projet digital
- Chargés de campagne ou assistants en stratégie digitale



Objectifs pédagogiques

- Cette formation vous permettra :
- De comprendre les fondamentaux et l'histoire de l'influence marketing
 - D'identifier et sélectionner les influenceurs adaptés à votre stratégie
 - De construire et piloter efficacement une campagne d'influence
 - De maîtriser les outils de veille et d'analyse de performance
 - De développer une relation pérenne et stratégique avec vos influenceurs

Organisation

Durée : 5 heures

Mode d'organisation : E-learning

Contenu pédagogique



Description

Un parcours structuré pour comprendre les enjeux de l'influence marketing, maîtriser les outils de veille et piloter des collaborations durables avec des influenceurs.

- Les fondamentaux de l'influence marketing
- Définir l'influence et l'influenceur dans une logique marketing
 - Identifier les intérêts de l'influence marketing pour une marque
 - Gérer la relation avec un influenceur de manière authentique
 - Distinguer les profils et typologies d'influenceurs
 - Appréhender les rôles des influenceurs dans le Content Marketing

- Cartographie, histoire et enjeux
- Comprendre les fondements sociologiques et psychologiques de l'influence
 - Étudier les étapes clés de l'émergence du marketing d'influence
 - Analyser l'étude de cas « Chiara Ferragni »
 - Identifier les différents types de partenariats
 - Explorer les tendances et chiffres clés du secteur



- Social media listening et sélection stratégique
- Mettre en place une veille efficace pour repérer les bons influenceurs
- Maîtriser les notions de e-réputation et de buzz marketing
- Distinguer vrais et faux influenceurs
- Utiliser les outils d'analyse pour identifier la bonne audience
- Créer une base de données d'influenceurs pertinents

- Créer sa première campagne d'influence
- Définir les objectifs et cibler l'audience
- Sélectionner les plateformes et budgétiser les actions
- Rédiger une liste qualifiée d'influenceurs
- Prendre contact et négocier un partenariat
- Piloter, suivre, et évaluer les performances

- Consolider la relation marque-influenceur
- Instaurer des partenariats durables et de confiance
- Identifier les clés des collaborations longues réussies
- Gérer la communication pendant les temps forts
- Intégrer les agences et plateformes d'influence
- Exploiter la technologie pour renforcer les relations

★ **Prérequis**

- Aucune connaissance spécifique en influence requise
- Savoir naviguer sur le web et les réseaux sociaux



Modalités pédagogiques

- 7 modules interactifs avec vidéos explicatives
- Quiz QCU pour valider les acquis
- Études de cas et exemples pratiques
- Formation 100 % en autonomie



Moyens et supports pédagogiques

- Plateforme compatible SCORM / HTML5
- Navigateur requis : Chrome, Firefox, Edge, Safari
- Compatible PC, Mac et smartphones
- Fiches synthèse, vidéos téléchargeables, scripts types



Modalités d'évaluation et de suivi

- Quiz de validation après chaque module
- Suivi de progression via la plateforme (temps, taux de complétion)
- Attestation délivrée selon les modalités de l'organisme
- Évaluation finale sous forme de QCM