INFLUENCE MARKETING

DURÉE TOTALE : 5H

PRÉREQUIS :

Avoir des connaissances de l'environnement Windows ou Macintosh.

PROGRAMMES DÉTAILLÉS

Les fondamentaux de l'influence marketing

Introduction

- Présentation
- Programme de la formation
- Objectifs de la formation

Les notions fondamentales de l'influence marketing

- L'influence marketing
- L'influence
- L'influenceur
- Pourquoi utiliser l'influence marketing pour promouvoir votre marque ?
- Comment gérer la relation avec l'influenceur
- Le marketing authentique à l'origine de la popularité de l'influence

Cartographier les influenceurs

- Typologie des influenceurs : la pyramide consumériste virale
- Comment se caractérise le buzz marketing ou marketing viral ?
- Comment fonctionne le buzz ?
- Le profil type de l'e-influenceur
- Les 5 types d'influenceurs selon Lisa Barone
- Qu'est-ce qu'une agence spécialisée dans l'influence marketing ?
- Les 4 types d'influenceurs en agence
- Instagramer, youtuber, tiktokeur, quelles différences ?
- Les 5 rôles des influenceurs dans le Content Marketing.

Histoire de l'influence marketing

- Enjeux sociologiques
- Enjeux psychologiques
- L'économie comportementale
- Comment sont nés les influenceurs ? – 1
- Comment sont nés les influenceurs ? – 2
- Étude de cas : l'Effet Chiara Ferragni
- Les différentes sortes de partenariat
- Que peut-on envisager pour l'avenir de l'influence marketing ?

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Connaître l'histoire et l'évolution de l'influence marketing, ainsi que les chiffres clés et les tendances actuelles du secteur.

Maîtriser l'importance de la veille et du social media listening pour sélectionner les influenceurs stratégiques.

Utiliser la technologie et les outils appropriés pour optimiser la relation marque-influenceur.

Histoire de l'influence marketing

- Enjeux sociologiques
- Enjeux psychologiques
- L'économie comportementale
- Comment sont nés les influenceurs ? – Partie 1
- Comment sont nés les influenceurs ? – Partie 2
- Étude de cas : l'Effet Chiara Ferragni
- Les différentes sortes de partenariat
- Que peut-on envisager pour l'avenir de l'influence marketing ?

Chiffres clés et tendances actuelles

- Chiffres clés
- Tendances du secteur de l'influence marketing

Accroître sa notoriété et sa visibilité

Appréhender les opportunités et les risques liés à l'influence marketing

- Définir l'influence marketing et sa coordination avec la stratégie
- Distinguer les vrais influenceurs des faux

La puissance de la veille et du social media listening dans le choix stratégique des influenceurs

- L'importance de maîtriser sa e-réputation 1
- L'importance de maîtriser sa e-réputation 2
- L'importance de maîtriser sa e-réputation 3
- L'importance de faire de la veille pour détecter des influenceurs.

Créer sa première campagne d'influence

Étape n°1 : Cadrage stratégique

- Définir vos objectifs de campagne
- Analyser votre base de clients
- Cibler votre audience

Étape n°2 : Choix et budgétisation des actions

- Les différentes actions marketing envisageables
- Le choix des plateformes

Étape n°3 : Rédiger votre liste d'influenceurs

- Analyser les influenceurs

(Voir programme complet sur notre site web)

SCANNER POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES FORMATIONS

PUBLIC VISÉ : Les chargés de communication, de marketing, les community managers, les e-commercants, les rédacteurs de contenu, les chefs d'entreprise et toutes personnes souhaitant connaître les spécificités de la publicité en ligne.