

Marketing d'influence, gagner en visibilité

certification DiGiTT® à distance en option

Cours Pratique de 2 jours

Réf : MIL - Prix 2021 : 1 460€ HT

Le marketing d'influence vise à utiliser le potentiel de recommandation d'influenceurs notamment sur le Web. Il permet d'augmenter sa visibilité, de renforcer son image et d'accroître ses ventes. Durant ce stage vous appréhendez sa pratique et serez initié à la conception et au pilotage d'une campagne.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Comprendre le marketing d'influence et l'intégrer dans sa stratégie marketing

Connaître les motivations et les attentes des influenceurs

Identifier les influenceurs pertinents en fonction de ses objectifs

Concevoir une campagne efficace et mesurer ses résultats

Découvrir les plateformes et outils liés au marketing d'influence

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Le formateur s'appuiera sur un support de cours, des aides audiovisuelles, de la documentation ainsi que des exercices pratiques d'application.

TRAVAUX PRATIQUES

Exercices, mise en situation d'une campagne de marketing d'influence, définition d'indicateurs, exploration de plateformes et outils.

CERTIFICATION

L'inscription à l'évaluation et à la certification DiGiTT® est incluse lors de l'inscription au parcours. La certification se compose d'un test de 90 min. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points. Le seul suivi de la formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum. La planification de l'examen et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 08/2018

1) Comprendre le marketing d'influence

- Appréhender les nouveaux enjeux de la communication de marque.
- Définir l'influence et observer les tendances actuelles.
- Identifier les opportunités et risques du digital (buzz, e-réputation).

Echanges : Percevoir les tendances de la communication de marque et donner des exemples significatifs (success stories et bad buzz).

2) Repérer les influenceurs

- Découvrir les différents profils d'influenceurs et leurs communautés.
- Comprendre les motivations et attentes des influenceurs. Les repérer (blogs, réseaux...).

FINANCEMENT

Ce cours est éligible au CPF.

PARTICIPANTS

Chefs de projet Web ou digital, responsables/chargés(es) de communication, social media managers.

PRÉREQUIS

Connaissance des bases du marketing et de la communication sur Internet.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers différents moyens (QCM, mise en situation, quiz...). Le stagiaire évalue sa progression et ses acquis à l'issue de la formation. L'intervenant valide la progression pédagogique du stagiaire et précise les outils utilisés pour la validation des acquis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Zoom sur la montée des micro-influenceurs.

Travaux pratiques : Utiliser des techniques de recherche sur les réseaux sociaux avec des outils de mesure de l'influence.

3) Définir sa stratégie d'influence

- Analyser le parcours client et les sources d'influence.
- Sélectionner ses influenceurs.
- Fixer ses objectifs.
- Définir et planifier des actions.
- Elaborer sa stratégie de contenu.

Travaux pratiques : Concevoir un persona, mettre en pratique avec du storytelling, identifier des grandes lignes de sa stratégie de contenu.

4) Mobiliser et engager sa communauté

- Prendre contact avec les influenceurs.
- Etablir une relation gagnant-gagnant.
- Faire de ses clients ses premiers ambassadeurs.
- Exploiter la puissance de l'Employee Advocacy.
- Créer de l'engagement.

Mise en situation : Elaborer des scénarios de prise de contact. Découvrir des plateformes de marketing influence, identifier leurs atouts et limites.

5) Optimiser ses relations presse

- Comprendre l'évolution du métier de journaliste.
- S'adresser à la presse.
- Créer un kit de presse efficace.

Travaux pratiques : Rédiger un communiqué de presse et structurer un dossier.

6) Maîtriser son e-réputation

- Mettre en place une veille.
- Animer sa présence sur les réseaux sociaux.
- Connaître les mécanismes de la gestion de crise.

Etude de cas : Analyser son e-réputation, utiliser des outils de veille.

7) Analyser la performance de ses actions

- Définir ses indicateurs de performance.
- Etudier la qualité des contenus générés par les campagnes.
- Rédiger un rapport.

Travaux pratiques : Définir des indicateurs, consulter des outils d'analytics et identifier des rubriques de son rapport.

LES DATES

Nous contacter