

FORMATION CAMPAGNE D'INFLUENCE

CRÉER UNE CAMPAGNE D'INFLUENCE

Durée : 14h / 2 jours

Pré-requis : aucun

Évaluation : cas pratique

Pour qui : équipe communication, community manager

Modalités : visio & présentiel



OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les mécaniques du marketing d'influence.
- Gérer une campagne d'influence.

CONTENU & COMPÉTENCES

- Maîtriser les bases du marketing d'influence (initiation à l'inbound marketing)
- Identifier les enjeux de l'influence, en B to B comme en B to C
- Cartographier les différents acteurs et les lieux de l'influence marketing
- Élaborer une stratégie influenceurs
- Planifier une campagne : de la définition des objectifs au parcours client
- Concevoir une stratégie d'influence en 6 étapes
- Créer du contenu engageant : brand content, curation, UGC
- Identifier les différents profils d'influenceurs et appréhender leurs forces respectives
- Collaborer de façon optimale en fonction de vos objectifs
- Définir une juste rémunération et instaurer une relation de confiance
- Utiliser les bons outils pour suivre les influenceurs, planifier et piloter vos campagnes
- Mesurer le retour sur investissement (ROI) et le retour sur engagement (ROE) de vos campagnes
- Favoriser la viralité de vos campagnes grâce aux micro-influenceurs et aux communautés de fans
- Transformer vos collaborateurs en ambassadeurs grâce aux programmes d'employee advocacy

INFOS

- **Mise en pratique :** création d'une stratégie d'influence
- **Personnalisation :** chaque formation est adaptée en fonction de votre niveau, en termes de contenu et durée

FORMATION CAMPAGNE D'INFLUENCE

CRÉER UNE CAMPAGNE D'INFLUENCE

Formacode : 46314

Lieu : Intra

Durée : 14h/2 jours

Matériel nécessaire : ordinateur

Délais d'accès : 15 jours

Accessibilité personnes en situation

de handicap : Nous nous adaptons pour répondre aux besoins spécifiques de chaque situation de handicap.

Indicateurs de qualité : Sur notre site StartHack

Durée : 14h / 2 jours

Pré-requis : aucun

Evaluation : cas pratique

Pour qui : équipe marketing, communication, content manager

Modalités : visio & présentiel

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les mécaniques du marketing d'influence
- Gérer une campagne d'influence

INFOS

- **Mise en pratique :** création d'une stratégie d'influence
- **Personnalisation :** chaque formation est adaptée en fonction de votre niveau, en termes de contenu et durée

PROGRAMME

Journée 1 :

- **Partie 1 : 9h - 10h50 :**

Introduction au marketing d'influence.

- Maîtriser les bases du marketing d'influence (initiation à l'inbound marketing).
- Identifier les enjeux de l'influence, en B to B comme en B to C.

- **Partie 2: 11h - 12h30 :**

Cartographie des acteurs et lieux de l'influence.

- Cartographier les différents acteurs et les lieux de l'influence marketing.
- Élaborer une stratégie influenceurs.

- **Partie 3 : 13h30 - 14h50 :**

Planifier une campagne d'influence.

- Planifier une campagne : de la définition des objectifs au parcours client.
- Concevoir une stratégie d'influence en 6 étapes

- **Partie 4 : 15h00 - 17h00 :**

Atelier pratique.

- Cas pratique : création de personas d'influence, développement de stratégies d'influence
- Exercices de simulation de campagnes d'influence

Journée 2 :

- **Partie 1 : 9h - 10h50 :**

Créer du contenu engageant.

- Créer du contenu engageant : brand content, curation, UGC.
- Identifier les différents profils d'influenceurs et appréhender leurs forces respectives.

- **Partie 2 : 11h -12h30 :**

Collaborer de façon optimale.

- Collaborer de façon optimale en fonction de vos objectifs.
- Définir une juste rémunération et instaurer une relation de confiance.

- **Partie 3 : 13h30 - 15h00 :**

Utiliser les outils de suivi et de mesure.

- Utiliser les bons outils pour suivre les influenceurs, planifier et piloter vos campagnes.
- Mesurer le retour sur investissement (ROI) et le retour sur engagement (ROE) de vos campagnes.

- **Partie 4 : 15h00 - 17h00 :**

Techniques avancées d'influence.

- Favoriser la viralité de vos campagnes grâce aux micro-influenceurs et aux communautés de fans.
- Transformer vos collaborateurs en ambassadeurs grâce aux programmes d'employee advocacy.