

Réussir sa stratégie influenceurs et créateurs de contenus sur les médias sociaux

Marketing et stratégie d'influence

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Appréhender le potentiel des influenceurs et leur impact sur les marques.
- Intégrer les relations influenceurs à une stratégie marketing ou communication globale.

INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 8

Réf : 4120

POUR QUI

- Responsable marketing et marketing digital.
- Responsable communication et communication digitale.
- Aucun prérequis

PROGRAMME

Jour 1

- 1 - Appréhender les bases de l'influence marketing
- Mesurer l'impact du digital et s'initier à l'inbound marketing.
 - Identifier les enjeux de l'influence, en B to B comme en B to C.
 - Intégrer les évolutions du monde de l'influence : législation et perception des socionautes.

- 2 - Élaborer et cadrer ses campagnes d'influence
- Organiser sa campagne.
 - Bâtir sa stratégie d'influence.
 - Créer du contenu engageant : brand content, curation, UGC.
 - Différencier profils d'influenceurs et de créateurs de contenus, repérer leurs forces respectives : quel influenceur/créateur pour quelle campagne ?

Jour 2

- 3 - Nouer et gérer des relations avec les influenceurs et les créateurs
- Concevoir des collaborations adaptées à vos objectifs.
 - Instaurer une relation de confiance.
 - Utiliser des outils de gestion pour les suivre, planifier et piloter vos campagnes.
 - Mesurer le retour sur investissement (ROI) et le retour sur engagement (ROE) de vos campagnes.

- 4 - Intégrer les autres formes d'influence à votre stratégie
- Favoriser le bouche à oreille en activant les nano-influenceurs, les communautés de fans et l'ambassadorat des clients.
 - Transformer vos collaborateurs en ambassadeurs.