

PROGRAMME DE FORMATION

Marketing d'influence : mettre en avant sa destination grâce aux influenceurs

Objectifs de la formation

- Connaître les différents types d'influenceurs
- Identifier le bon partenariat et ses modalités
- Déployer une campagne de marketing d'influence
- Assurer une analyse des résultats de la campagne d'influence

Programme

Le marketing d'influence vise à utiliser le potentiel de recommandation d'influenceurs. Les leaders d'opinion, faiseurs de tendances, experts d'une activité ou d'une destination... ont la capacité de modifier la perception, d'augmenter la visibilité, de renforcer l'image et d'accroître les ventes ou la consommation. Ils sont devenus des partenaires à part entière dans la valorisation des destinations ou activités touristiques avec leur style et leurs communautés qui font rêver. L'enjeu pour les sites ou les destinations touristiques est donc d'utiliser ces influenceurs pour travailler l'image d'une marque ou d'une destination et d'espérer des retours en termes de trafic et/ou financier.

Module 1 : Marketing d'influence : de quoi parle-t-on ?

- Définition et apparition du phénomène
- Les différents leviers du marketing d'influence

Module 2 : Fiche d'identité de l'influenceur

- Qui sont les influenceurs ?
- Les supers pouvoirs de l'influenceur
- Leurs réseaux de prédilection
- Du micro-influenceur à la superstar du web : trouver le partenaire à votre échelle

Module 3 : Trouver le bon influenceur

- Méthodologie de recherche
- Les plateformes de mise en relation
- Repérer le bon profil : les critères de choix

Module 4 : Les partenariats et collaborations

- Les partenariats en BtoC
- Les partenariats en BtoB

Module 5 : Travailler avec un influenceur

- Adopter une démarche adaptée aux attentes des influenceurs pour construire un partenariat gagnant
- Quel budget prévoir ?

Module 6 : Construire sa campagne

- Les étapes méthodologiques

- La conception d'un brief
- Bonnes pratiques pour contacter les influenceurs et les convaincre
- La rédaction d'un contrat et la législation
- Mesurer les résultats

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Échanges d'expérience
- Illustrations des concepts par des exemples concrets et cas d'usages
- Exercices pratiques en sous-groupes
- Supports et/ou ressources pédagogiques (+ grilles d'exercices, outils et modèles utilisés pendant la formation)
- Formation à distance, une assistance technique est prévue pour pallier aux problèmes de connexion

Public

Responsable marketing digital, chargé.e de communication et/ou community manager

Prérequis

Pas de prérequis

Matériel nécessaire :

Disposer d'un ordinateur muni d'une caméra et d'une bonne connexion internet pour les classes virtuelles. L'usage d'un casque ou d'écouteurs est conseillé pour suivre la formation dans de bonnes conditions d'écoute et de concentration.

Informations complémentaires

Cette formation est dispensée par Anaëlle BAUER, formatrice spécialisée en webmarketing et communication digitale

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenante en fonction des objectifs visés : quizz à la fin de chaque module
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la fin de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

2,00 jour(s)

7:00 heures