



BY ABILWAYS

15 rue de Turbigo, 75002 Paris
Tél. : 01 40 26 00 99

contact@pyramyd-formation.com
www.pyramyd-formation.com

SAS au capital de 110 000 €
RCS Paris n° 351 996 509
NAF : 8559A
TVA Intracom : FR 09 351 996 509
SIRET : 351 996 509 00029

Organisme de formation
n°11 75 15095 75

Marketing d'influence

Communiquer auprès des influenceurs et développer une communauté d'ambassadeurs

2 jours / 14 heures

Tarif inter **1300 € HT**

CODE: WM132

Tarif intra à partir de **1490 € HT** par jour (voir page 14)

OBJECTIFS

- S'initier au marketing d'influence et à ses enjeux
- Concevoir et décliner une stratégie d'influence
- Mettre en place des relations influenceurs
- Transformer les journalistes, clients et collaborateurs en ambassadeurs

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables communication digitale et marketing, online media managers, community managers.

PRÉ-REQUIS

Une connaissance fondamentale du marketing et / ou de la communication est indispensable pour suivre cette formation.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Module
Présentiel

Cette formation s'appuie sur des études de cas réels et des mises en situation sous forme de jeux de rôle et workshop collaboratif.

► Quiz Amont / Quiz Aval (voir page 8)

MOYENS TECHNIQUES / SUIVI

Informations générales: voir page 195

PROFIL DE L'INTERVENANT

Consultant digital ayant plus de 3 ans d'expérience en enseignement.

PROGRAMME

S'initier au marketing d'influence et à ses enjeux

- Appréhender les nouveaux enjeux de la communication de marque
- Découvrir les différentes approches et acteurs du marketing d'influence
- Identifier la valeur ajoutée du marketing d'influence par rapport à la publicité

→ **Exercice: construire la carte mentale du marketing d'influence**

Concevoir et décliner une stratégie d'influence

- S'initier aux différentes approches stratégiques de l'influence marketing
- Identifier les attentes des cibles et cartographier le parcours utilisateur
- Déployer une stratégie de contenus efficace
- Définir des KPI pertinents pour évaluer sa stratégie
- Évaluer l'adéquation des actions mises en place avec les objectifs de marque
- Repérer les indicateurs sociaux pour déterminer l'impact d'une campagne
- Rédiger un rapport détaillé grâce aux outils d'analytics

→ **Étude de cas: analyser des campagnes d'influence remarquables**

→ **Exercice: prendre en main des outils d'analytics**

Mettre en place des relations influenceurs

- Découvrir les profils d'e-influenceurs et micro-influenceurs
- Comprendre l'économie des blogs et les attentes des influenceurs
- Identifier les leaders d'opinion grâce aux réseaux sociaux
- Mettre en place une collaboration marque / influenceur

→ **Mise en situation: proposer une stratégie d'influence autour d'un cas fictif**

Transformer les journalistes, clients et collaborateurs en ambassadeurs

- Déployer une stratégie d'activation pour récolter plus d'engagement et d'interactions
- Mettre en place une politique d'employee advocacy au sein de l'entreprise
- Concevoir un kit de presse efficace et complet

→ **Mise en situation: proposer des idées pour mobiliser les fans ou collaborateurs de l'entreprise**

PLANNING PARIS

>	>		
>	29 au 30	août	2019
>	>		
>	>		
>	27 au 28	mai	2019
>	>		
>	16 au 17	décembre	2019

L'AVIS DES APPRENANTS

"Formation détaillée et concrète, avec plein d'exemples et d'outils."

Suzy G, responsable de publicité

www.pyramyd-formation.com

01 40 26 00 99 / contact@pyramyd.fr