



GÉRER DES RELATIONS INFLUENCEURS

Durée :
1 JOUR

Réf. :
9-FRMGRI

Formats :



PRÉSENTIEL



DISTANCIEL

Intra-entreprises : 1250 € HT
Inter-entreprises : 850 € HT

Comment exploiter le potentiel des influenceurs ?

Explorer d'autres leviers de visibilité et de promotion est essentiel pour les marques. C'est pourquoi, de nombreux investissements sont réalisés dans le marketing d'influence qui vise à utiliser le potentiel de "recommandation" et donc emprunter le "capital d'influence" des influenceurs à leur profit.

Mais qu'est-ce qu'un influenceur, quel est l'intérêt d'un influenceur ? Comment les découvrir, selon quelles étapes ? Comment engager la relation ? Quels sont les indicateurs de performance intéressants ? Quels types de dispositifs mettre en œuvre ?

Autant de questions auxquelles répond cette formation à la gestion des relations avec les influenceurs.

Objectifs

- Comprendre l'univers des influenceurs et se l'approprier
- Fixer des objectifs et des cibles en cohérence avec votre marque
- Savoir trouver et contacter les influenceurs, comment s'adresser à eux
- Être capable de négocier un partenariat influenceur
- Savoir suivre les bonnes indications chiffrées pour comprendre les retombées et les valoriser

À qui s'adresse cette formation ?

Cette formation s'adresse à tout professionnel qui souhaite mettre en place des partenariats avec des influenceurs à des fins communicationnelles et/ou commerciales : Chargé de communication, Community Manager, Chargé des relations médias, Gérant d'entreprise...

Comprendre l'univers des influenceurs et se l'approprier

- Comprendre ce qu'est un influenceur, quelle différence avec un journaliste ?
- Les différents types d'influenceurs
- Quel intérêt et quels avantages à travailler avec un influenceur ?
- Parcourir les idées reçues pour mieux connaître vos futurs partenaires
- Découvrir les bonnes méthodes pour suivre les influenceurs et repérer les plus pertinents

Fixer des objectifs et des cibles en cohérence avec votre marque

- Définir vos objectifs
- Cibler les dispositifs de vos partenariats pour atteindre les résultats attendus
- Savoir identifier les influenceurs adaptés à vos objectifs
Les 4 étapes de détection (étude préalable / cartographie de l'écosystème d'influence / détection des influenceurs potentiels / analyse qualitative de l'influenceur)



Les fondamentaux

GÉRER DES RELATIONS INFLUENCEURS

Être capable de négocier un partenariat influenceur

- S'entraîner à la négociation de partenariat et connaître les demandes types
- Savoir rédiger une convention de partenariat pour asseoir les termes de la négociation

CAS PRATIQUE / JEU DE RÔLE :

- ✓ Mise en situation Influenceur-Marque : exercice de négociation
- ✓ Rédiger une convention type

Savoir suivre les bonnes indications chiffrées pour comprendre les retombées

- Identifier les outils de veille et savoir-faire une veille manuelle efficace.
- Connaître les bons indicateurs chiffrés à observer
- Savoir les valoriser dans une présentation succincte et efficace

CAS PRATIQUE :

- ✓ Analyser 2 campagnes influenceurs

La trousse à outils avec laquelle vous repartez de cette formation

À l'issue de la formation vous disposez de :

- Une check-list des étapes pour bien construire son partenariat
- Une convention de partenariat influenceur type