



Intervenante :

Claire CEILLIER – IMMEDIAT

Durée, date et horaires : 7h

• 8 mars 2023 - 9h30-17h30

Tarif : 300 € HT – 360 € TTC

Prise en charge FAF – OPCO possible.

Contact Cynthia : 0562167354

c.roulez@cgamp.asso.fr

Modalités :

- En présentiel
- CGA MP – Toulouse
- Nombre de participants mini : 5

Public concerné :

- Dirigeant d'entreprises adhérentes au CGA MP, leur associé, leur conjoint, leurs salariés
- Dirigeant d'entreprises non adhérentes au CGA MP, leurs salariés

Prérequis :

Utiliser les réseaux sociaux

Inscriptions :

- 30 jours max avant le début de la formation si prise en charge par votre FAF ou OPCO

Contact :

Sophie Douhet :

s.douhet@cgamp.asso.fr

Tél. : 05 62 16 73 54

Mob. : 06 12 25 12 78

CENTRE DE GESTION

AGRÉÉ MIDI-PYRÉNÉES

13, avenue Jean Gonord

31 500 Toulouse

www.cgamp.asso.fr

N° identification CGA 1 01 310

SIRET 309 172 997 00046

Association déclarée loi du 1^{er} juillet 1901

Haute-Garonne N°9048 JO du 06/07/75

Décision d'agrément du 28/09/76.

COMMUNIQUER - PROGRAMME DE FORMATION

CREER DES PARTENARIATS AVEC DES INFLUENCEURS

Objectifs pédagogiques

Comprendre le marketing d'influence

Choisir et repérer les influenceurs adaptés à son activité

Savoir contacter les influenceurs et créer une relation durable

Construire la bonne forme de partenariat et évaluer les retombées d'une campagne d'influence

MODULE 1

COMPRENDRE LE MARKETING D'INFLUENCE

Qui sont les influenceurs (pros/non pros, macros/nanos) et comment ils travaillent

Instagram, Twitter, Youtube, blogs... choisir les médias adaptés à votre stratégie

Quand et pourquoi faire appel à des influenceurs

L'impact des influenceurs sur votre business (communication, image, notoriété et ventes)

MODULE 2

CHOISIR ET REPÉRER LES INFLUENCEURS

Définir sa cible, ses objectifs, identifier ses besoins

Où trouver les influenceurs : réseaux, plateformes d'influence...

Construire sa veille et sa base de données

Les critères pour bien choisir

MODULE 3

CONTACTER LES INFLUENCEURS ET CONSTRUIRE LA RELATION

Comment aborder un influenceur : à faire et à ne pas faire

Comprendre les motivations et le quotidien de l'influenceur

Les clés d'un email de démarchage pertinent

Les bonnes pratiques pour créer une relation vertueuse

MODULE 4

PARTENARIATS, CONTRACTUALISATION, ANALYSE DES RÉSULTATS

Typologie des partenariats (rémunérés/visibilité..) : comment bien choisir

Définir et suivre un budget

Les différentes formes de contractualisation

Les outils pour mesurer les retombées d'une campagne d'influence

Moyens pédagogiques

Pédagogie interactive et participative. Alternance d'exposés et de cas pratiques. Support de cours

Évaluation

Quiz au démarrage. L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers des cas pratiques personnalisés. Le stagiaire évalue sa progression à l'issue de la formation, confirmée par l'intervenant.

Suivi

Feuilles d'émergence – Attestation de fin de formation individuelle
Questionnaire stagiaire

Accessibilité

Vous êtes en situation particulière ? Contactez le service formation pour répondre à vos besoins spécifiques lié à votre handicap.