



# MARKETING D'INFLUENCE : ACCROÎTRE SA NOTORIÉTÉ ET SA VISIBILITÉ

## Développer et mobiliser sa communauté d'influenceurs

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

BEST-OF

Ref. : C19INFLUENCE

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1560 € HT

Repas inclus

Code Dokelio : 48852

Leaders d'opinion, faiseurs de tendances, experts d'une catégorie, les influenceurs ont la capacité de modifier la perception et d'avoir une influence d'achat auprès d'une communauté engagée. Le marketing d'influence consiste à utiliser ces e-influenceurs comme relais pour accroître positivement

[l'image d'une marque](#)

afin d'espérer un retour en termes de trafic et/ou financier.

Aujourd'hui, l'influence est devenu un atout essentiel pour renforcer la notoriété et la visibilité d'une marque sur les [médias sociaux](#).

Apprenez à **collaborer avec des influenceurs pertinents** pour atteindre de nouveaux publics et amplifier votre message. Cette formation vous guidera dans l'élaboration de **campagnes d'influence stratégiques**.

Pourquoi se former sur le "Marketing d'influence" ?

- Augmenter la **notoriété de votre marque** grâce à des partenariats authentiques.
- Toucher de nouveaux **segments de marché** avec l'aide d'influenceurs crédibles.
- Améliorer l'**image de marque** à travers des collaborations stratégiques.

### OBJECTIFS

- Repérer, contacter et nouer des relations gagnant-gagnant avec les influenceurs.
- Mobiliser un réseau d'influenceurs et maximiser la puissance de son contenu.
- Gérer l'e-reputation de sa marque et gagner en visibilité.

### EVALUATION

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

### POUR QUI ?

Responsables marketing digital, chargé(e)s de communication, chefs de produits.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du marketing.

### COMPÉTENCES ACQUISES

Approprier les concepts fondamentaux du marketing d'influence.

### PROGRAMME

Pendant

Marketing d'influence : accroître sa notoriété et sa visibilité



## Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

## Intégrer les enjeux du marketing d'influence

- Analyser les tendances de la communication de marque et du social media marketing.
- Définir le marketing d'influence et sa coordination avec la stratégie de marque.
- Étude de cas : appréhender les opportunités et risques liés au marketing d'influence.

## Détecter les influenceurs

- Du macro-influenceurs au nano-influenceurs : comprendre les typologies d'influenceurs.
- Le boom des micro-influenceurs : chiffres clés et spécificités.
- S'appuyer sur des agences et plateformes spécialisées : benchmark.
- Atelier : décrypter le profil, les publications et la communauté d'un influenceur.

## Concevoir une stratégie d'influence efficace

- Atelier : cibler juste en concevant son persona et son buyer journey .
- Fixer ses objectifs.
- Élaborer sa stratégie de contenu.
- Déroulé & timing : fonctionner par projet.
- Atelier : choisir la plateforme et les influenceurs adaptés à ses objectifs.

## Mobiliser un réseau d'influenceurs

- Atelier : prendre contact avec les influenceurs et comprendre leurs motivations.
- Mettre en place une relation win-win : bonnes pratiques.
- Étude de cas : construire et développer sa communauté d'ambassadeurs-clients.
- Impliquer ses collègues : enjeux et risques.

## Gérer l'e-reputation de sa marque

- Atelier : construire sa routine de veille.
- Piloter sa présence sur les médias sociaux.
- Générer de l'engagement.
- Définir et mettre en place une communication de crise.
- Atelier : suivre et mesurer sa e-reputation.

## Contrôler et mesurer les résultats de ses actions

- Atelier : définir les indicateurs clés de performance.
- Tracker et analyser les données.
- Faire converger les metrics de l'influence avec la stratégie globale de marque.
- Sensibiliser en interne au potentiel et à l'impact business du marketing d'influence.

## INTERVENANTS

Ambre FRANDBSEN

Brand Content Manager. Social Media Manager Senior. Consultante et formatrice en communication digitale. Journaliste.

Catherine MONTRADE

Formatrice experte en marketing et management. 20 ans d'expérience en tant que marketer et manager d'équipes multiculturelles

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap



## LIEUX ET DATES

### À distance

09 et 10 oct. 2025  
31 mars et 01 avr. 2026  
08 et 09 oct. 2026

### Paris

11 et 12 déc. 2025  
20 et 21 mai 2026  
27 et 28 août 2026  
15 et 16 déc. 2026