Marketing d'influence

Marketing d'influence : accroître sa notoriété et sa visibilité

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19INFLUENCE | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- 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.

Modalités, méthodes et moyens 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.

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux du marketing.

Public concerné

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

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

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.

Concevoir une stratégie d'influence efficace

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

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.

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.

Intégrer les outils d'IA pour rendre le marketing d'influence encore plus efficace :

- Identifier et comparer les avantages / inconvénients de Gemini, Copilot, ChatGPT, Perplexity and Claude (Anthropic).
- L'Intelligence Artificielle pour préciser la stratégie : cibles puis contenu, une rupture quantitative.
- Piloter et ajuster en temps réel de la mise en œuvre de la stratégie (KPI et ROI).
- Automatiser ses briefs, rapports et contrats.
- Détecter la fraude.

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.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.