

# RÉUSSIR SES COLLABORATIONS AVEC LES INFLUENCEURS

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :  
[catherine@lacademie-du-newbiz.com](mailto:catherine@lacademie-du-newbiz.com)

## Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes, quiz d'évaluation pour évaluer le niveau de connaissance en matière de stratégie d'influence, de collaboration avec les créateurs et de codes propres aux plateformes sociales.

## Module 1 – Décrypter l'univers des créateurs

- 1.1. Comprendre les logiques d'audiences, de ton et de formats propres aux créateurs.
  - 1.2. Identifier comment une marque peut s'inscrire dans cet univers sans le dénaturer.
- Atelier : analyse de 3 créateurs, repérer leurs codes et contraintes créatives.

## Module 2 – Définir les objectifs d'une collaboration influence

- 2.1. Clarifier ce que la marque veut atteindre : image, engagement, conversion.
  - 2.2. Relier les objectifs business à des formats et à des typologies de créateurs.
- Atelier : formulation d'objectifs influence et choix de leviers adaptés.

## Module 3 – Concevoir un brief créateur efficace

- 3.1. Écrire un brief qui inspire et respecte la liberté du créateur.
  - 3.2. Définir clairement les messages clés, livrables, contraintes, timing.
  - 3.3. Trouver l'équilibre entre cadre stratégique et expression créative.
- Atelier : rédaction d'un brief créateur et échanges croisés agence – annonceur – créateur pour ajustement.

## Module 4 – Activer et piloter ses collaborations

- 4.1. Mettre en place une relation gagnant-gagnant avec le créateur.
  - 4.2. Suivre la réalisation et garder la cohérence avec la stratégie.
  - 4.3. Mesurer l'impact réel (KPIs, retombées qualitatives).
- Atelier : étude critique d'une campagne influence, repérer ce qui a marché ou échoué.

## Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs.

### Participants

Formation individuelle ou collective en intra-entreprise

### Tarifs :

Adhérents : dès 2600 € HT/jour pour 5 participants maximum (+ 250 € HT par personne supplémentaire).

Non-membres : dès 2800 € HT/jour pour 5 participants maximum (+ 280 € HT par personne supplémentaire).

Un devis sera établi sur demande

### Durée

Une journée en intra entreprise ou classe virtuelle

### Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

### Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté avec audio. Ordinateur individuel et connexion wifi.



## Objectifs

## Public visé

## Méthode

- |   |  |  |
|---|--|--|
| • Analyser le rôle des créateurs de contenu dans la création, la production, l'animation et l'amplification des messages sur les réseaux sociaux. | • Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, de la communication,                            | La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation |
| • Déployer une stratégie d'influence adaptée aux objectifs de communication de la marque.   | • Dirigeant, Cadre, Manager, Commercial, Production, Social media ...  |  |
| • Développer une stratégie d'influence adaptée aux objectifs de communication de la marque.   | • Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à développer l'image de sa marque ... |  |
| • Maîtriser l'art de briefer et de piloter les créateurs de contenus en intégrant les codes des plateformes et les enjeux de communication        | • Aucun prérequis nécessaire   | Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis   |

## Intervenante

**Anna Rognon Désirée**  
CEO & fondatrice de Take Off, collectif expert en stratégie de contenus et du media Surf Cities

Intervenante dans les écoles ESD, ESP, EFAP et directrice du module stratégie digitale de l'ESD / Ecole Supérieure du Digital

15 ans passés en agence de communication (TBWA) et dans les médias (Prisma Media) au newbiz, pour développer de nouveaux métiers de communication au sein des groupes médias. Création de l'agence de création de contenu pour Prisma Media, IDEAT et pour le groupe Infopro Digital