

INFLUENCE NEXT-GEN

Cette formation vous permet une compréhension approfondie du paysage évolutif de l'influence et son intégration adaptée, efficace et responsable dans les sphères du marketing et de la communication.

Inscription par mail et réponse sous 72h (jours ouvrés). La formation est également organisable sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité.

Réservation, contact et informations : formation@leclubdesannonceurs.com // Catherine Saint Loubert – T : 06 60 37 15 62

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes, quiz d'évaluation pour connaître le niveau de connaissance en matière d'influence.

Module 1 – Comprendre les nouveaux leviers d'influence

- 1.1. Introduction aux différentes formes d'influence.
- 1.2. État des lieux des canaux d'influence.
- 1.3. L'influence responsable : contexte légal et éthique de l'influence.

Module 2 – Identifier et cartographier les acteurs et réseaux d'influence

- 2.1. Les différents types d'influenceurs : macro, micro, nano.
 - 2.2. Techniques de cartographie des réseaux d'influence.
 - 2.3. Identifier les plateformes adaptées à sa cible.
 - 2.4. Bâtir et gérer son propre réseau d'influence.
- Atelier 1 : Travail en groupe – jeu de rôle sur la négociation d'un partenariat influenceur.

Module 3 – Nouveaux terrains de l'influence

- 3.1. L'influenceur ou KOL (Key Opinion Leader) en tant que pilier récurrent de la marque.
 - 3.2. Influence en période de crise.
 - 3.3. Introduction aux influenceurs IA.
- Atelier 2 Évaluation des acquis – Scénarios d'influence en temps de crise.

Module 4 – Stratégies pratiques et outils

- 4.1. Comment intégrer l'influenceur dans une stratégie multicanal.
 - 4.1.1. La co-création : de contenu
 - 4.2. Les outils et techniques pour mesurer l'efficacité d'une campagne d'influence.
 - 4.3. Les bonnes pratiques pour éviter les pièges de l'influence.
- Atelier 3: Mise en situation – Analyse d'une campagne d'influence en cours.

Module 5 – L'influence comme levier d'attractivité et de réputation

- 5.1. Influence et attractivité RH.
- 5.2. Brand advocacy et réputation.

Conclusion

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

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.



Intervenant

Anthony Rochand
CEO & Co-fondateur LEW
Consultant Formateur
Certifié, Speaker 🎤 Influence
et RP 2.0, 🗣️ KOL et Top Voice
sur X en Influence /
Marketing Digital.

Reconnu comme un influenceur de premier plan en France et en Europe, il est souvent invité par les médias pour parler de marketing digital et de réseaux sociaux. Il est le premier créateur de contenu B2B certifié "Influence Responsable" par l'ARPP

Objectifs

- Comprendre les nouveaux leviers d'influence et leurs mutations.
- Mettre en œuvre une stratégie efficace.
- Savoir quel levier d'influence utiliser, pourquoi et comment pour atteindre ses objectifs marketing & communication sur ses publics cibles.
- À l'issue de la formation, le stagiaire saura activer les bons leviers d'influence, bâtir des collaborations stratégiques et mesurer leur impact

Public visé

- Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, de la communication,
- aux entrepreneurs et à tout professionnel souhaitant acquérir les connaissances sur les nouveaux leviers d'influence et développer l'image de sa marque, produit ou service.
- ou en charge d'une mission influence d'image, et/ou social media en entreprise.
- Aucun prérequis nécessaires.

Méthode

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 d'usage liés à la communication, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation.

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis.