Programme de Formation

Maîtriser les codes de l'influence

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique

Public visé

Chargés de communication, community managers, directeurs de structure.

Objectifs pédagogiques

- Décoder les nouveaux mécanismes de la confiance en ligne
- Cartographier l'écosystème de l'influence touristique (macro, micro, nano, UGC, créateurs locaux)
- Maîtriser les codes de communication "influenceurs" et UGC : brief, contrat, ligne éditoriale, formats natifs
- Évaluer et gérer les risques éventuels liés à une collaboration

Description

Il est tentant de sélectionner ses créateurs de contenu uniquement en fonction de leur nombre d'abonnés. Pourtant, une stratégie d'influence performante repose avant tout sur leur légitimité auprès de la cible visée et sur la cohérence avec les objectifs recherchés. Notre formation vous donne les clés pour repenser chaque collaboration à travers ces deux critères essentiels : la légitimité et l'objectif.

- Les nouveaux mécanismes de la confiance
- Cartographier l'écosystème de l'influence
- Les codes de communication créateurs
- Imaginer un dispositif d'influence et anticiper les droits

Compétences acquises à l'issue de la formation

- Identifier et qualifier un profil créateur pertinent pour sa destination
- Rédiger un brief créateur
- Construire une grille de suivi de collaboration (livrables, droits, budget, KPIs).
- Anticiper les problématiques

Prérequis

Aucun prérequis technique. Une pratique quotidienne des réseaux sociaux est un plus.

Modalités pédagogiques

Alternance apports théoriques et ateliers pratiques sur cas réels - Mises en situation - Retours d'expérience terrain.

Moyens et supports pédagogiques

Support de formation - Grille de brief créateur type - Grille de qualification influenceur (fiche outil réutilisable) - Bibliothèque de cas commentés (campagnes UGC tourisme).