

L'influence, nouveau levier de recrutement et de fidélisation

Durée : 4 heures

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public

- Tout agent, en charge des missions de marketing/communication au sein de sa collectivité, souhaitant comprendre les mécanismes de l'influence marketing pour développer des campagnes

Prérequis

- Aucun

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Appréhender les mécanismes de l'influence marketing
- Comprendre ses codes et ses cibles
- Identifier, à l'échelle de sa collectivité, des opportunités de mises en place de campagnes d'influence
- Choisir les influenceurs adaptés à ses campagnes publiques

CONTENU (PROGRESSION PEDAGOGIQUE)

- Origines de l'Influence Marketing
- Tendances actuelles
- Qui sont les cibles ?
- Qui sont les influenceurs ?
- Connaître ses risques
- Contenus gagnants et meilleures campagnes

ORGANISATION

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle virtuelle dédiée à la formation
- La formation alternera états des lieux chiffrés, veille technologique et comportementale
- Elle sera illustrée par un benchmark de bonnes pratiques, une large base iconographique et de nombreux cas concrets
- Documents supports de formation projetés
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Formulaire d'évaluation de la formation

