

THEMATIQUE – Réussir sur votre communication

TRAVAILLER AVEC DES INFLUENCEURS

Comment développer la notoriété de votre activité grâce à un influenceur ? Grâce à cette formation, vous serez en mesure d'identifier les influenceurs pertinents pour votre activité (petits et grands), les contacter, nouer et entretenir la relation, organiser leur accueil et analyser les résultats de leurs actions. Et en bonus : une session questions/réponses avec un influenceur !

**Public et pré-requis :**

- Public : Professionnels du tourisme /chargé(e) de communication, community manager, chargé(e) de productions de contenus éditoriaux
- Pré-requis : Connaître la stratégie de communication de sa destination - son entreprise / Avoir un projet de travailler avec des influenceurs ou avoir déjà accueilli des influenceurs

**Durée :** 14 h (2 jours)**Date et lieu :** CRT Île de France - Paris

20 avril 2023 : 09h00-12h30 / 14h00-17h30

21 avril 2023 : 09h00-12h30 / 14h00-17h30

**Formateur :** Dominique DUFOUR – CoManaging**Effectif maximum :** 12 participants (6 minimum)**Accessibilité :** nous contacter pour toute problématique d'adaptation à un handicap.**Tarif par participant :** 360 € HT / 432 € TTC**Objectifs pédagogiques :**

A l'issue de la formation, vous serez capable de :

1. **Evaluer** l'opportunité de travailler avec des influenceurs pour son territoire & ses activités
2. **Elaborer** une opération avec des influenceurs
3. **Définir** les indicateurs pour évaluer une action de relations blogueurs/influenceurs

Programme détaillé**JOUR 1 – 20 AVRIL****MATIN****Partie 1 – Pourquoi travailler avec des influenceurs**

- Le web, au cœur de l'expérience du voyage
- Un rôle de prescripteurs
- Qui sont-ils, de l'influenceur star aux micro-influenceurs

Cas pratique : Analyse et débriefs d'actions menées par un territoire / une activité avec un ou plusieurs influenceurs

Partie 2 – Identifier vos influenceurs

- Comment identifier les influenceurs pertinents
- Qui sont vos micro-influenceurs ?
- Quels outils utiliser pour les identifier ?

Exercice : Définition d'une grille d'analyse pour l'identification des influenceurs

APRES-MIDI

Partie 3 - Prise de contact et gestion de la relation avec vos influenceurs

- Comment prendre contact avec les influenceurs ?
- Les interactions sur les réseaux sociaux
- Les interactions au quotidien

Exercice : Rédaction de mails de prise de contact

JOUR 2 – 21 AVRIL

MATIN

Partie 4 – Créer des événements avec des influenceurs

- Quels événements proposer ?
- La co-construction d'un programme
- Les bonnes pratiques pour réussir votre événement
- Comment encadrer l'événement et maximiser votre retour sur investissement ?
- Comment intégrer vos partenaires dans l'événement ?

Exercice : Création d'un programme d'accueil d'un influenceur

Partie 5 – Mesurer les résultats d'une action d'influence

- Comment mesurer les impacts ?
- Comment calculer son retour sur investissement ?
- Quelle communication avant, pendant et après ?
- Comment entretenir la relation avec les influenceurs ?

Exercice : Création d'un plan de communication influenceurs et des indicateurs clés pour évaluer une action (à partir d'un gabarit)

BILAN de la formation & ÉVALUATION des acquis :

- Jeu de questions/réponses
- Les points clefs à retenir
- Tour de table à chaud

Méthodes, moyens et outils pédagogiques

Méthodes

La démarche pédagogique pendant la formation prend en compte les points suivants

1 – Connaissance : apport de concepts, méthodes et outils, et de bonnes pratiques illustrées par des exemples issus de l'expérience du formateur

2 – Compréhension : 1^{er} niveau d'appropriation via des partages d'expériences, des ateliers collectifs et individuels (analyse et débriefs d'actions menées par un territoire, questions/réponses avec un influenceurs, etc.)

3 – Application : appropriation par les participants aux travers des ateliers individuels (définition d'une grille d'analyse pour identifier des influenceurs, rédaction de mails de prise de contact, création d'un programme d'accueil, création d'un plan de communication influenceurs, etc.)

4 – Analyse : mise en commun des travaux réalisés en phase d'application = analyse collective, impact sur ses actions

5 – Synthèse : identifier des idées forces issues de la formation

La répartition s'établit à 30% de théorie et 70% de pratique

Moyens

Avant :

- **Questionnaire préalable de positionnement** : évaluer les connaissances et les pratiques actuelles, les objectifs et attentes par rapport à la formation

Pendant :

- Plusieurs activités sont prévues : analyses et feedbacks, création de contenus. Ces activités permettent aux stagiaires de s'approprier les méthodes de travail avec les influenceurs.

Outils

- Google Drive pour déposer les travaux

Mise à disposition de supports pédagogiques

- Fiches de travail et d'analyse à remplir en séance
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation

Matériel recommandé

- Avoir un smartphone et son chargeur
- Un ordinateur portable et son chargeur

Évaluation des acquis : Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur à partir des exercices et l'évaluation des travaux personnels réalisés (travaux à réaliser et déposer sous Drive)
- Une auto-évaluation du stagiaire (avec une dizaine de critères remplis avec comparaison avant/après).

Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant en fin de session (questionnaire obligatoire)

Suivi à 6 mois

Un questionnaire sur l'impact de la formation auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.

Contact : CoManaging - fc@comanaging.net