

Développer ses relations avec les influenceurs

Intégrer les influenceurs dans sa stratégie de communication et le storytelling de sa marque.

2 jours (14 heures)

Initiation

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1750 € HT par personne (TVA en vigueur)

Contenu mis à jour le 06/10/2026. Document téléchargé le 07/10/2026.

Cette formation vise à vous faire avancer dans votre stratégie d'influence. Accompagné d'un professionnel de la communication digitale, vous allez à la fois acquérir les connaissances essentielles de l'écosystème lié aux influenceurs mais aussi et surtout avoir les bons réflexes et les bons outils pour savoir comment intégrer les influenceurs dans une stratégie de communication. De la définition d'un périmètre d'action au choix du profil d'influenceur en passant par les éléments de gestion du budget et d'analyse de votre campagne, cette formation vous donne les clés pour pouvoir mettre en place une stratégie cohérente et efficace, en prise avec les réalités du marché. Pour que vos influenceurs deviennent vos ambassadeurs.

Objectifs

- Identifier les bonnes pratiques et les campagnes efficaces en matière d'e-influence.
- Piloter et mettre en place la stratégie de communication auprès des e-influenceurs.
- Construire et animer au quotidien la relation avec les e-influenceurs.

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

Compétences acquises

Piloter et mettre en place une stratégie de communication avec des influenceurs, construire et animer au quotidien la relation avec eux.

À qui s'adresse cette formation ?

Responsables et chargés de communication, de marketing, consultants en agence de communication.

Prérequis

- Travailler dans la communication ou le marketing.
- Avoir une connaissance fine des réseaux sociaux.
- Disposer d'un projet avec des influenceurs.

Programme

1 Pendant votre formation

Développer ses relations avec les influenceurs

Fixer, piloter et mettre en place la stratégie de communication auprès des influenceurs

- Fixer des objectifs précis, cohérents avec la stratégie de communication.
- Intégrer une stratégie de marketing influence dans sa stratégie digitale.
- Identifier les bonnes pratiques et les campagnes efficaces en matière d'influence.
- Définir un cahier des charges et travailler avec les agences.

Identifier les acteurs clés et développer la base de données influenceurs

- Réaliser une veille sur les pratiques des influenceurs et les nouvelles tendances.
- Détecter les influenceurs pertinents et faire émerger des ambassadeurs.
- Rechercher les influenceurs de longue traîne.
- Repérer les opportunités de partenariat.

Construire et animer au quotidien la relation avec les influenceurs

- Solliciter les ambassadeurs pour sa stratégie d'inbound marketing.
- Savoir contacter les influenceurs pour maximiser ses retombées.
- Récupérer des contenus riches pour ses médias : fiches produits, blog, réseaux sociaux, lookbook.
- Définir un planning éditorial.
- Obtenir des retours d'expérience de prescripteurs.
- Assurer un reporting de vos actions et un suivi budgétaire.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Laurent BOUR

Laurent BOUR

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme.

Moyens pédagogiques :

En présentiel : Ordinateur PC ou Mac avec connexion internet pour les formations logiciels. Tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif.

En distanciel : salle de classe virtuelle et outils d'animation à distance (Tableau Blanc, sondage, ...) fonction des choix pédagogiques et de la formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Détails de la session

Du 25 février 2027 au 26 février 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 25 février 2027 au 26 février 2027 Paris

- 25 février 2027 9h00 – 17h30
- 26 février 2027 9h00 – 17h30