

Formation : Revisiter sa stratégie de marque à l'ère des créateurs et des plateformes d'influence

Programme Pédagogique Détaillé

Dernière mise à jour le 01/10/2025

[Présentation générale](#)

[Niveau requis](#)

[Contenu](#)

[Durée](#)

[Lieu d'accueil](#)

[Modalités et délais d'accès](#)

[Tarif](#)

[Moyens pédagogiques](#)

[Moyens techniques](#)

[Moyens d'encadrement](#)

[Modalités d'évaluation](#)

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

[Contact](#)

Présentation générale :

Matinée (9h30 - 12h30) -----

1. Comprendre la nouvelle ère de l'influence (1h)
 - Les mutations du paysage : créateurs, plateformes, formats
 - Professionnalisation des contenus et fragmentation des audiences
 - Tendances émergentes : live shopping, influence B2B, désinfluence...
 - Atelier : audit express de vos canaux d'influence et présence créateurs
2. Opportunités & risques dans ce nouvel écosystème (1h)
 - UGC, co-création, nano-influence : ce qui fonctionne vraiment
 - Risques : bad buzz, perte d'alignement, sur-exposition
 - Études de cas (campagnes réussies ou ratées)
 - Atelier : cartographie des risques et opportunités pour sa marque

Pause déjeuner (12h30 - 13h30)

Après-midi (13h30 - 17h30) -----

3. Travailler avec des créateurs : posture et méthode (1h)
 - Briefer sans brider : comment activer leur créativité sans perdre le message
 - Savoir repérer les bons profils, selon les objectifs et les communautés
 - Encadrer les collaborations sans dénaturer l'authenticité
 - Atelier : construire un brief influenceur pertinent et inspirant
4. Piloter la performance et pérenniser l'approche (1h)
 - Définir des KPI adaptés : engagement, reach, sentiment, conversion
 - Outils de pilotage et de mesure
 - Intégrer l'influence dans un plan de com global ou d'activation
 - Atelier : concevoir un tableau de bord simple pour suivre ses actions
5. Clôture & feuille de route (30 min)
 - Synthèse des bonnes pratiques
 - Éléments d'une stratégie influence créateurs 3-6 mois
 - Partage des travaux et retours personnalisés

Public cible :

Responsables marketing, communication, influence, digital, DF, directeurs de marque.

Pré-requis :

Connaissance basique des leviers marketing digitale. Aucun besoin technique.

Niveau requis :

intermédiaire

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'évolution du marketing d'influence et l'essor des nouvelles plateformes (TikTok, LinkedIn Creator Mode, YouTube Shorts...)
- Identifier les opportunités (co-création, micro-influence, UGC...) et les risques (désinfluence, perte de contrôle)
- Repenser leur stratégie de marque pour gagner en authenticité, engagement et cohérence narrative
- Collaborer efficacement avec des créateurs en intégrant leurs logiques, leurs formats et leurs valeurs
- Définir des indicateurs de performance pertinents : engagement qualitatif, conversion, notoriété, sentiment...

Contenu :

Les plateformes évoluent, les créateurs s'imposent : repensez vos stratégies d'influence pour rester audibles, crédibles et performants.

Durée :

7.00 heures

En présentiel :

Une adresse sur Paris vous sera communiquée plus tard

Modalités et délais d'accès :

Les sessions sont déployées en inter-entreprise, selon un calendrier disponible sur le site <https://formations.ebg.net/content/inter-entreprise>

Tarif :

Formation accessible dans le cadre d'une "adhésion EBG premium" (cliquez ici pour en savoir +) ou encore en souscrivant à 1 accès formation auprès de notre organisme de formation Faculté.s (cliquez ici pour consulter nos modalités).

Moyens pédagogiques :

Chaque participant reçoit, en début de formation, un questionnaire de positionnement pour mieux comprendre la nature du projet visé par le participant et mieux apprécier les compétences de conduite de projet déjà acquises. Les résultats sont communiqués aux formateurs pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation et adapter l'accompagnement en fonction des projets.

La formation repose sur une approche pédagogique par le faire, alternant présentations théoriques avec supports visuels, ateliers pratiques et études de cas.

Discussions interactives et échanges d'expériences

Moyens techniques :

La formation est proposée En présentiel.

La salle de formation dispose de l'ensemble des équipements nécessaires à l'accueil des participants et à la réalisation de la formation : tables, chaises, vidéo-projecteur, paperboard, crayons et stylos, post-it, connexion Internet.

L'accueil des participants se fait dans le respect du Protocole sanitaire applicable aux organismes de formation.

Le formateur et les participants signent, par demi-journée, une feuille d'émargement.

Moyens d'encadrement :

La formation est assurée par un formateur expert dans la thématique ciblée, disposant d'une expérience professionnelle significative sur la thématique ainsi que d'une expérience significative en termes d'animation de formation. Un CV des formateurs est disponible, sur demande.

Modalités d'évaluation :

Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation. Le dispositif d'évaluation est composé d'exercices , de cas pratiques et prend la forme d'un quizz pour valider les acquis de la formation. Une attestation de réalisation est remise à chaque participant à l'issue de la formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Cette formation est ouverte au plus grand nombre, et notamment aux personnes en situation de handicap. Une attention particulière sera portée, dans le cadre du processus d'inscription, pour comprendre la nature de la situation de handicap et envisager les modalités d'adaptation ou de compensation les plus adéquates. N'hésitez donc pas à nous contacter pour en discuter ensemble, en toute confidentialité.

Contact :

Contactez nous :

07 80 91 18 65

Formations@ebg.net