

Travailler avec les blogueurs, influenceurs, leaders d'opinion

Formateur :

CIT Formation

Public :

Salariés des organismes de tourisme en charge des partenariats, du rayonnement et de la promotion des destinations, de la communication.

Durée : 2 jours (14h)

Dates et lieu:

17 & 18 juin 2021

Aix-en-Provence et/ou à distance

Coût pédagogique prévisionnel:

670 € NET/ stagiaire / 14h

Prérequis :

- Venir avec un PC portable

Modalités pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques et de travaux pratiques
- Ateliers d'analyse et de co-création en grand et petit groupe

Méthodes d'évaluation :

- Bilan de satisfaction à chaud,
- Évaluation de l'atteinte des objectifs à chaud et à froid

Accessibilité :

Merci de contacter Marie Charpentier : mcharpentier@offices-tourisme-sud.fr

Pourquoi suivre cette formation ?

Les clientèles touristiques sont de plus en plus hermétiques aux différentes formes de promotion publicitaires « traditionnelles » (affichage, bannières web, jeux concours, etc.) tant ils sont sollicités par les marques (tout secteur confondu). De nombreuses études montrent que l'impact de la publicité (on line et off line) a un impact de plus en plus faible.

Le marketing d'influence, qui consiste à faire parler de sa destination, de ses attraits, de ses produits, par des prescripteurs (Blogueurs, Youtubers, Instagrameurs, journalistes, personnalités...) est aujourd'hui une des techniques de promotion touristique les plus efficaces, tant en termes d'impact qu'en terme de ROI.

La mise en œuvre d'opérations de marketing d'influence est très différente des formes de promotion publicitaires « traditionnelles ». Pour réussir ses actions de marketing d'influence, il convient d'avoir une approche spécifique. C'est l'objet de cette formation.

Objectifs :

- ▶ Connaître les pratiques du marketing d'influence,
- ▶ Savoir repérer un influenceur et négocier avec lui,
- ▶ Développer des actions avec un influenceur et les évaluer.

Contenu :

Situer la communication

- Au service de la structure, de l'entreprise, de la collectivité

Le marketing d'influence c'est quoi ?

- Du marketing de l'intrusion au marketing de la permission, l'Inbound Marketing
- Les bénéfices du marketing influence (ROI, crédibilité, impact, longue traîne, etc.).

Un influenceur c'est qui ?

- Les différents types d'influenceurs
- Les caractéristiques d'un influenceur : Audience, talent, passion, position, statut, motivation, expertise, fonctionnement...,
- Impact sur le comportement et l'attitude à adopter

Repérer et évaluer le potentiel d'un influenceur en fonction de ses objectifs de communication

- Identifier les influenceurs par la veille
- Évaluer leur potentiel d'influence avec une analyse pertinente
- Faire son choix en cohérence avec son projet
- Travail en mini groupes sur des cas pratiques de repérage et d'analyse de blogueurs

Recruter un influenceur

- Les différentes opportunités de contact
- Attitude et méthode à adopter pour accrocher et motiver un influenceur
- Négociation et contractualisation
- Travail en atelier : développer un argumentaire pour convaincre à partir d'un cas concret

Les différents types de partenariats : avantages /inconvénients

- Le voyage en groupe
- Le blog trip individuel
- Les opérations marketing
- Benchmark des meilleures opérations réalisées sur des destinations touristiques

Travailler la réception de son influenceur

- Travailler conjointement en amont : positionnement, objectifs, messages, expériences,...
- Résultats qualitatifs et quantitatifs attendus
- Comportement à adopter pendant l'accueil
- Réalisation en atelier d'une check liste pour optimiser l'accueil

Amplifier la diffusion du contenu produit

- Scénarios pour renforcer la portée des publications

Evaluation

- Les critères d'évaluation pour mesurer la performance de l'action

Travail collectif sur une opération spécifique en mini groupe

- Positionner une opération dans son contexte local
- Définir des objectifs
- Identifier les influenceurs potentiels
- Construire une opération
- développer un argumentaire pour convaincre...