

Marketing d'influence (ex Initiation aux outils CRM)

Code matière : 6240762

Diplôme principal : Diplôme principal : **Master 2 COMET**

Commercialisation et Marketing dans l'Entreprise en Transition

Autre.s diplôme.s : ***

Semestre **N° 4**

Volume horaire :

CM : 20

TD : ***

3 Crédits ECTS

Enseignant.e responsable : **Mélody ROUSSET**

Intervenant.e.s

Melody ROUSSRT

Langue.s d'enseignement : Français

RESUME DU COURS

Ce cours de marketing d'influence permet aux étudiants de comprendre et d'exploiter le rôle stratégique des influenceurs dans les campagnes digitales. À travers des études de cas, ils apprennent à identifier différents types d'influenceurs, à créer des briefs, rédiger un contrat, comprendre la démarche commerciale, à piloter une campagne d'influence et à analyser les performances. Le cours met également en lumière les enjeux éthiques et stratégiques du marketing d'influence, tout en développant

DIMENSION DE RESPONSABILITE SOCIALE (LE CAS ECHEANT)

Éthique et transparence : Intégrer des pratiques responsables en influence, telles que la transparence des partenariats sponsorisés et le respect des données des utilisateurs.

Inclusion sociale : Valoriser des campagnes mettant en avant la diversité et l'équité, comme le body positivisme et l'éthique.

Engagement communautaire : Impliquer les communautés et les ambassadeurs dans des actions à impact positif, renforçant ainsi les relations avec les parties prenantes.

CONNAISSANCES ET COMPETENCES CIBLES

Créer des briefs clairs et des contrats adaptés pour des campagnes d'influence.

Sélectionner les influenceurs en fonction de leurs niches et de leur pertinence.

MODALITES D'EVALUATION

Note individuelle

Autre(s) notation(s)

Mode d'évaluation : Oral

Interrogation écrite : Non

Durée : 15/20 min

En groupe : Oui

Nature de l'épreuve : soutenance orale

2 notes dont au moins 1 individuelle (les 2 peuvent être individuelles). Modalités de notation à l'appréciation de

l'enseignant : travail personnel ou de groupe sur l'entreprise d'alternance, études de cas, exercices, oraux, travail à partir d'une commande réelle d'une entreprise....

MODALITES PEDAGOGIQUES

NATURE DES SUPPORTS

Ordinateur

PRE-REQUIS EN TERMES DE CONNAISSANCES ET COMPETENCES

Une connaissance de base des réseaux sociaux et de leurs usages dans un contexte marketing.
Une compréhension des fondamentaux du marketing digital et des stratégies de communication.
Un intérêt pour les nouvelles tendances en matière d'influence et de gestion de communauté.

PLAN DE COURS

1. Introduction au marketing d'influence

- **Objectifs pédagogiques :**
- Etude du dernier rapport de REECH 2025.
- Comprendre les concepts fondamentaux du marketing d'influence et son rôle stratégique.
- Identifier les tendances actuelles et les défis liés à l'influence digitale.

2. Les bases du social media management (SMO)

- Les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Outils et bonnes pratiques pour le SMO.
- Comportements post-COVID et impact sur la relation client.

3. Comprendre le marketing d'influence

- Différence entre marketing et communication d'influence.
- Enjeux, forces et limites du marketing d'influence.
- Étude des cas de campagnes réussies (ex: Celio ou Jennyfer).

4. Identification des influenceurs et tendances actuelles

- Classification des influenceurs (nano, micro, macro, méga).
- Étude de la pyramide des influenceurs.
- Démarche commerciale.

5. Élaboration d'une campagne d'influence

- Étapes clés : audit, objectifs, ciblage, concept, planification.
- Big idea et concept d'influence
- Focus sur les stratégies de co-branding et collaborations.
- Ressources nécessaires pour piloter une campagne.

6. Construction de briefs et contrats

- Comment rédiger un brief efficace pour une campagne d'influence.
- Construction du contrat d'influence

7. Engagement et indicateurs de performance

BIBLIOGRAPHIE DE BASE

OUVRAGES ET PUBLICATIONS DE REFERENCE :

LIVRE

Le Manuel de l'influenceur - François Charles Rohard - Ellipses - 2021

Le Grand Livre du Marketing Digital – Rémy Marrone – DUNOD – 2018

Le Guide Instagram – Aurélie Moulin – EYROLLES – 2019

Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux – DUNOD – 2019

Sites

<https://www.reech.com/fr/marketing-influence-etude-reech>

<https://www.france.tv/france-2/cash-investigation/5805969-argent-facile-les-fausse-promesses-des-influenceurs.html>

France TV extrait <https://www.youtube.com/watch?v=TR7fa1tPGD4>

Netflix documentaire : nos écrans de fumée

<https://www.economie.gouv.fr/guide-bonne-conduite-influenceurs-createurs-contenu>

Influence responsable : <https://www.arpp.org/>

<https://www.arte.tv/fr/videos/112407-001-A/kim-kardashian-theory/>