



PROGRAMME DE FORMATION

Influence marketing

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE
WF-0180

VERSION
V2026-001

ÉDITION
1 octobre 2026

DOMAINE
Commerce, Marketing & Vente



DURÉE
5 h



MODALITÉ
**Distanciel ·
Présentiel**



PROGRAMME
20 modules
66 leçons



SANCTION
Attestation
et certificat de réalisation

🎯 Objectifs pédagogiques

Connaître l'histoire et l'évolution de l'influence marketing, ainsi que les chiffres clés et les tendances actuelles du secteur. Maîtriser l'importance de la veille et du social media listening pour sélectionner les influenceurs stratégiques Utiliser la technologie et les outils appropriés pour optimiser la relation marque- influenceur.

Public visé

Tout public – Salariés – Entreprises – Alternants – Travailleurs indépendants – Demandeurs d'emploi – Particuliers en reconversion professionnelle.

Community manager Chargé(e) de webmarketing

Responsable e-commerce

Prérequis

Aucune connaissance théorique particulière en « Influence Marketing » n'est exigée. Une première expérience professionnelle ou une pratique du domaine concerné est recommandée.

Comprendre et s'exprimer en français

Disposer d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un téléphone compatible

Disposer d'une connexion Internet stable

Posséder une adresse électronique personnelle

Maîtriser les usages numériques nécessaires à l'utilisation d'une plateforme de formation

Utiliser un navigateur Internet récent : Edge, Chrome, Firefox, Safari ou équivalent

Modalités et déroulement

Formation réalisée à distance sur la plateforme WILL FORMATION, avec accès individuel aux contenus pédagogiques, vidéos, exercices, quiz et travaux pratiques. Un accompagnement pédagogique est assuré pendant toute la durée du parcours. Des classes virtuelles ou rendez-vous individuels peuvent être organisés lorsqu'ils sont prévus dans le parcours.

Sur demande et sous réserve de disponibilité, un espace équipé peut être proposé. L'adresse, les horaires, les équipements disponibles et les conditions d'accessibilité sont communiqués avant l'inscription.

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques
- Démonstrations
- Études de cas
- Mises en situation
- Exercices d'application
- Travaux individuels
- Accompagnement et retours du formateur

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme LMS
- Vidéos explicatives
- Supports téléchargeables
- Fiches de synthèse
- Quiz et exercices interactifs
- Modèles de documents
- Assistance technique
- Tutorat pédagogique

Modalités d'évaluation

- Questionnaire de positionnement ou évaluation diagnostique avant l'entrée en formation
- Évaluations formatives tout au long du parcours
- Exercices pratiques, études de cas, quiz et QCM
- Évaluation finale permettant de mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques
- Passage des épreuves de certification lorsque la formation prépare effectivement à une certification

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Lorsque la formation prépare à une certification, le participant est présenté aux épreuves prévues par le certificateur, sous réserve de remplir les conditions requises. La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur ou du jury compétent et ne peut être garantie par WILL FORMATION.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les personnes en situation de handicap sont invitées à signaler leurs besoins lors de leur demande d'inscription. Une étude personnalisée est réalisée afin de définir les adaptations pédagogiques, techniques ou organisationnelles appropriées. Lorsque le besoin ne peut pas être satisfait directement, une orientation vers un partenaire ou une structure spécialisée est proposée.

Référent handicap : handicap@will-formation.com

Tarifs et financement

Financement personnel (CPF) : **600 €**

OPCO : **175 €**

FIF PL : **390 €**

FAFCEA : **390 €**

AGEFICE : **175 €**

France Travail : **175 €**

Tarifs indicatifs TTC, par participant, en vigueur à la date d'édition du présent programme. Ils ne constituent ni une offre contractuelle ni un engagement de prise en charge : la mention d'un dispositif ne vaut pas accord de financement. Toute prise en charge reste soumise à l'éligibilité du bénéficiaire et à l'accord préalable du financeur. Les conditions tarifaires applicables sont celles confirmées au devis, à la convention ou au contrat de formation.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009.
WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

20 modules, 66 leçons — durée totale 5 h.

01 Les fondamentaux de l'influence marketing

02 Introduction

1. Présentation
2. Programme de la formation
3. Objectifs de la formation

03 Les notions fondamentales de l'influence marketing

1. L'influence marketing
2. L'influence
3. L'influenceur
4. Pourquoi utiliser l'influence marketing pour promouvoir votre marque ?
5. Comment gérer la relation avec l'influenceur ?
6. Le marketing authentique à l'origine de la popularité de l'influence

04 Cartographier les influenceurs

1. Typologie des influenceurs : la pyramide consumériste
2. virale
3. Comment se caractérise le buzz marketing ou marketing viral ?
4. Comment fonctionne le buzz ?
5. Le profil type de l'e-influenceur
6. Les 5 types d'influenceurs selon Lisa Barone
7. Qu'est-ce qu'une agence spécialisée dans l'influence marketing ?
8. Les 4 types d'influenceurs en agence
9. Instagramer, youtubeur, tiktokeur, quelles différences ?
10. Les 5 rôles des influenceurs dans le Content Marketing

05 Histoire de l'influence marketing

1. Enjeux sociologiques
2. Enjeux psychologiques
3. L'économie comportementale
4. Comment sont nés les influenceurs ? – Partie 1
5. Comment sont nés les influenceurs ? – Partie 2
6. Étude de cas : l'Effet Chiara Ferragni
7. Les différentes sortes de partenariat
8. Que peut-on envisager pour l'avenir de l'influence marketing ?

06 Chiffres clés et tendances actuelles

1. Chiffres clés
2. Tendances du secteur de l'influence marketing

07 Accroître sa notoriété et sa visibilité

08 Appréhender les opportunités et les risques liés

09 La puissance de la veille et du social media listening dans le choix stratégique des influenceurs

1. L'importance de maîtriser sa e-réputation – Partie 1
2. L'importance de maîtriser sa e-réputation – Partie 2
3. L'importance de maîtriser sa e-réputation – Partie 3
4. L'importance de faire de la veille pour détecter des influenceurs

10 Créer sa première campagne d'influence

11 Étape n°1 : Cadrage stratégique

1. Définir vos objectifs de campagne
2. Analyser votre base de clients
3. Cibler votre audience

12 Étape n°2 : Choix et budgétisation des actions

1. Les différentes actions marketing envisageables
2. Le choix des plateformes

13 Étape n°3 : Rédiger votre liste d'influenceurs

1. Analyser les influenceurs
2. Les plateformes où choisir les influenceurs

14 Étape n°4 : Entamer la relation avec l'influenceur

1. Amorcer la prise de contact
2. Contacter l'influenceur

15 Étape n°5 : Négocier et contractualiser

1. Enjeux contractuels

16 Étape n°6 : Gestion de la campagne

1. Définir des dates précises
2. Rédiger une planification créative
3. Analyse des performances des campagnes
4. Les erreurs à éviter pendant la campagne

17 Consolider la relation influenceur-marque

18 Pérenniser les relations entre marque et influenceur

1. Poser le cadre pour des relations durables
2. Développer une stratégie de l'influence marketing sur du long terme
3. Les avantages d'une stratégie à long terme
4. Identifier les campagnes efficaces de longue durée
5. 3 clés pour réussir vos collaborations longues
6. Travailler avec les agences

19 Consolider la relation influenceur-marque (suite)

20 Mettre la technologie au service de la relation marque-influenceur

1. Exemples de campagnes qui façonnent la relation entre
2. un influenceur et une marque
3. Avoir une vision stratégique tournée vers l'avenir
4. Le rôle de la technologie dans la relation influenceur-
5. marque
6. Conclusion