

PROGRAMME DE FORMATION

Influence marketing

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE	VERSION	ÉDITION	DOMAINE
WF-0180	V2026-006	25 novembre 2026	Commerce, Marketing & Vente

DURÉE	MODALITÉ	PROGRAMME	SANCTION
5 h	Distanciel asynchrone (e-learning) · Présentiel	5 modules 8 leçons	Attestation et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

Situer le marketing d'influence, ses acteurs, ses formats et ses modes de rémunération dans une stratégie de communication.

Appliquer le cadre légal de l'influence commerciale : mention de la collaboration, produits interdits ou encadrés, pratiques commerciales trompeuses.

Sélectionner des influenceurs selon des critères objectifs, à partir d'une veille et de l'audit de leurs audiences.

Rédiger le brief d'une campagne d'influence et la trame du contrat de collaboration commerciale.

Mesurer la performance d'une campagne avec les outils de suivi adaptés et en tirer des recommandations.

L'essentiel de la formation

Public visé

Community managers, chargés de communication ou de webmarketing, responsables e-commerce, dirigeants de TPE et de PME, commerçants et indépendants qui veulent faire appel à des créateurs de contenus pour promouvoir une marque, un produit ou un service, dans le respect du cadre légal.

Prérequis

Aucune connaissance préalable en marketing d'influence n'est exigée. Une pratique courante des réseaux sociaux (Instagram, TikTok, YouTube) facilite les mises en situation ; les bases de l'animation des réseaux sont traitées dans WF-0182 Réseaux sociaux.

Comprendre et s'exprimer en français. Disposer d'un tableur et d'un traitement de texte pour remplir les modèles fournis ; aucun compte professionnel n'est exigé — les profils de créateurs étudiés sont fictifs. Un positionnement en début de parcours situe votre point de départ.

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 à distance, accessible en ligne. Un positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon part d'une courte mise en situation vidéo dans une petite marque fictive de cosmétiques qui prépare le lancement d'un produit, puis fait pratiquer : contrôle de publications sponsorisées, audit de profils de créateurs fictifs, scénarios à décisions, négociation simulée avec un agent, rédaction et calculs sur les modèles fournis. Chaque module se termine par une mise en situation professionnelle qui produit un livrable (grille de conformité, sélection argumentée d'influenceurs, brief et trame de contrat, bilan de campagne). Près des deux tiers du temps de formation sont consacrés à la pratique. Accompagnement par un formateur par messagerie.

Effectif pour les temps en présentiel : **6 participants au plus**.

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

Positionnement initial (non éliminatoire) ; retour détaillé sur chaque étude de cas, chaque scénario et chaque échange simulé ; correction des fichiers déposés ; livrable de fin de module vérifié sur grille critériée ; quiz de module ; évaluation finale composée d'un cas pratique (sélection, conformité, brief, lecture de résultats) et d'un questionnaire. Seuil de réussite interne : 70 % des critères du cas.

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

Vidéos sous-titrées et transcrites, captures de publications fictives accompagnées d'une description textuelle lisible par les lecteurs d'écran, modèles compatibles avec les lecteurs d'écran, navigation au clavier. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils).

Tarif de la formation

Prix : **330 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

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

5 modules, 8 leçons — durée totale 5 h.

01 Positionnement

1. Positionnement — vos repères en marketing d'influence

02 Comprendre l'influence commerciale et son cadre légal

1. Le marketing d'influence : acteurs, formats et rémunérations
2. Le cadre légal de l'influence commerciale

03 Choisir les bons influenceurs

1. Définir le profil recherché et organiser sa veille
2. Auditer un profil de créateur

04 Construire et encadrer la collaboration

1. Rédiger le brief de campagne
2. Négocier et contractualiser la collaboration

05 Mesurer la performance de la campagne

1. Suivre et mesurer une campagne