

Collaborations avec les Créateurs de Contenu Africains : pilotage et mesure d'impact

Lien : https://maroc-performance.com/formation/collaborations-avec-les-createurs-de-contenu-africains-pilotage-et-mesure-dimpact

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
MAR84

CATÉGORIE
Marketing Digital et Réseaux Sociaux

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les spécificités de l’écosystème des créateurs de contenu africains
- Élaborer une stratégie efficace de collaboration avec les créateurs
- Identifier et sélectionner les profils les plus pertinents selon les objectifs de la campagne
- Évaluer la qualité d’une audience et la véritable influence d’un créateur
- Structurer les briefs, livrables, budgets et conditions de collaboration
- Concevoir des campagnes adaptées aux réalités culturelles et digitales des marchés africains
- Piloter efficacement les campagnes et les relations avec les créateurs
- Définir et suivre les KPI permettant de mesurer la performance des collaborations
- Calculer et interpréter le ROI, le coût d’acquisition et les retombées qualitatives
- Optimiser les investissements et construire des partenariats durables avec les créateurs performants

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing et responsables Marketing Digital
- Responsables Communication et Communication Digitale
- Social Media Managers et Community Managers
- Brand Managers et Product Managers
- Influence Marketing Managers
- Responsables Relations Publiques et Communication Corporate
- Responsables Acquisition, Growth Marketing et Performance Marketing
- Directeurs Commerciaux et responsables Business Development
- Responsables agences de communication et agences digitales
- Chefs de projets campagnes d’influence et marketing digital
- Entrepreneurs, dirigeants de PME et responsables de startups
- Professionnels souhaitant développer des campagnes avec des créateurs de contenu sur les marchés africains

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Comprendre l’écosystème des créateurs de contenu africains

- Identifier les principales plateformes, communautés et tendances digitales en Afrique
- Comprendre les spécificités des audiences africaines et leurs comportements numériques
- Identifier les différents profils de créateurs : influenceurs, experts, médias digitaux, artistes et leaders d’opinion

2 / Définir une stratégie de collaboration avec les créateurs

- Aligner les collaborations avec les objectifs marketing, commerciaux et institutionnels
- Définir les cibles, messages, plateformes et résultats attendus
- Construire un dispositif de collaboration cohérent avec le positionnement de la marque

3 / Identifier et sélectionner les bons créateurs

- Définir des critères de sélection : audience, engagement, crédibilité, affinité et influence réelle
- Analyser la qualité et la composition des communautés
- Évaluer la pertinence du créateur par rapport à la cible et au marché africain concerné

4 / Évaluer les performances et la valeur d’un créateur

- Analyser les indicateurs d’audience, d’engagement et de portée
- Distinguer influence réelle, audience déclarée et performance organique
- Détecter les audiences artificielles, faux abonnés et anomalies d’engagement

5 / Construire et négocier une collaboration performante

Maroc Performance

- Définir les livrables, formats, calendriers et conditions de collaboration
- Négocier les budgets, droits d’utilisation et modalités de rémunération
- Formaliser les engagements à travers un brief et un cadre contractuel clair

6 / Concevoir des campagnes adaptées aux réalités africaines

- Adapter les contenus aux cultures, langues, usages et sensibilités des différents marchés
- Développer des campagnes localisées et contextualisées
- Combiner créativité du créateur et objectifs de communication de la marque

7 / Piloter les campagnes et les relations avec les créateurs

- Mettre en place un calendrier éditorial et un dispositif de suivi
- Coordonner créateurs, agences, équipes marketing et partenaires
- Suivre en temps réel la diffusion des contenus et la réalisation des livrables

8 / Mesurer l’impact et le retour sur investissement

- Définir les KPI : portée, impressions, engagement, clics, conversions et leads
- Mesurer le coût par engagement, coût par acquisition et ROI des campagnes
- Comparer les performances des créateurs, contenus, plateformes et marchés

9 / Analyser la réputation, l’engagement et les retombées qualitatives

- Évaluer le sentiment des audiences et la perception de la marque
- Analyser les commentaires, conversations, mentions et contenus générés par les utilisateurs
- Identifier les signaux de réputation, opportunités et risques liés aux collaborations

10 / Optimiser et pérenniser les partenariats avec les créateurs

- Exploiter les données pour améliorer les futures campagnes
- Identifier les créateurs à fort potentiel pour construire des partenariats durables
- Mettre en place un tableau de bord de performance et une démarche d’amélioration continue

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

08 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
31 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
26 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
20 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance