



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

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



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

- 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

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

 09 au 13 Nov. 2026

 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>

Document généré le 13/10/2026 — Réf : MAR84
Maroc Performance — Tous droits réservés