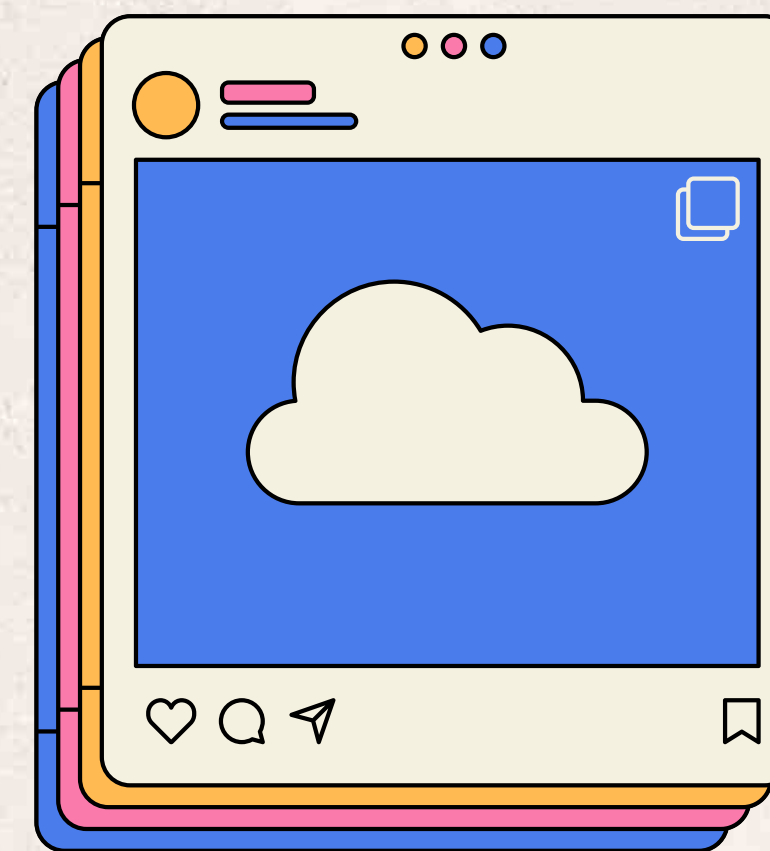
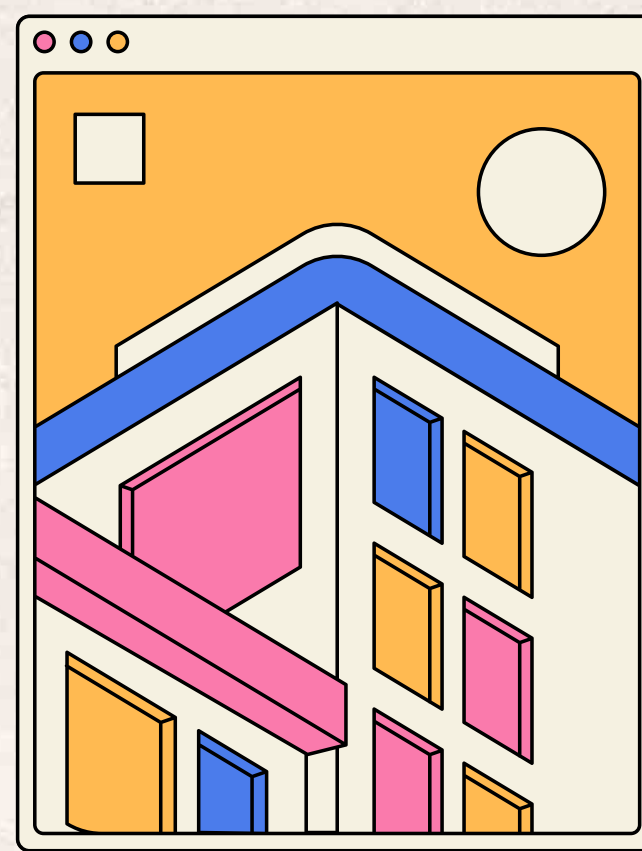
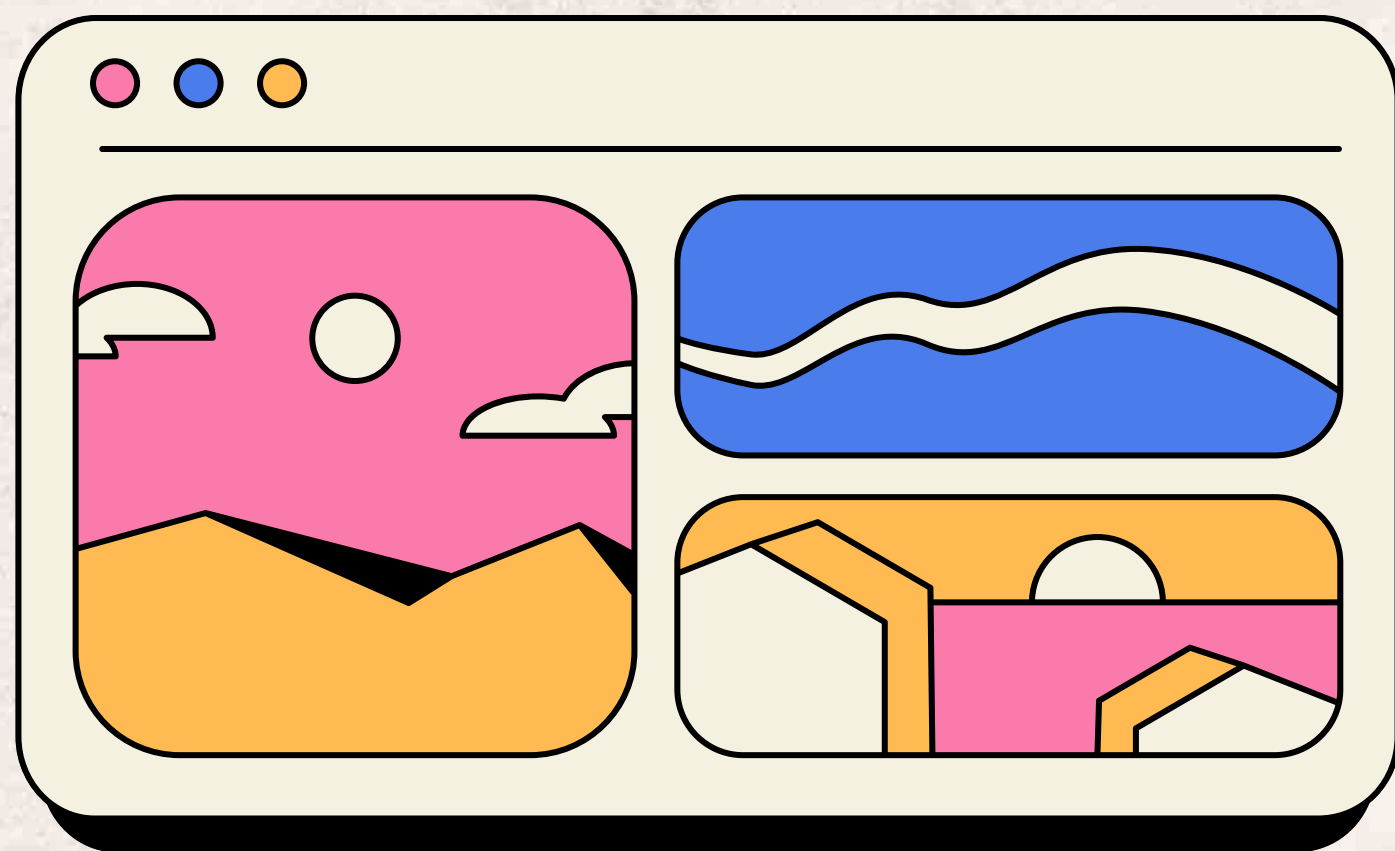
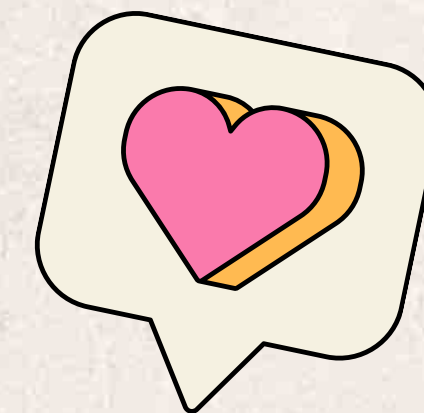


Démystifier les influenceurs



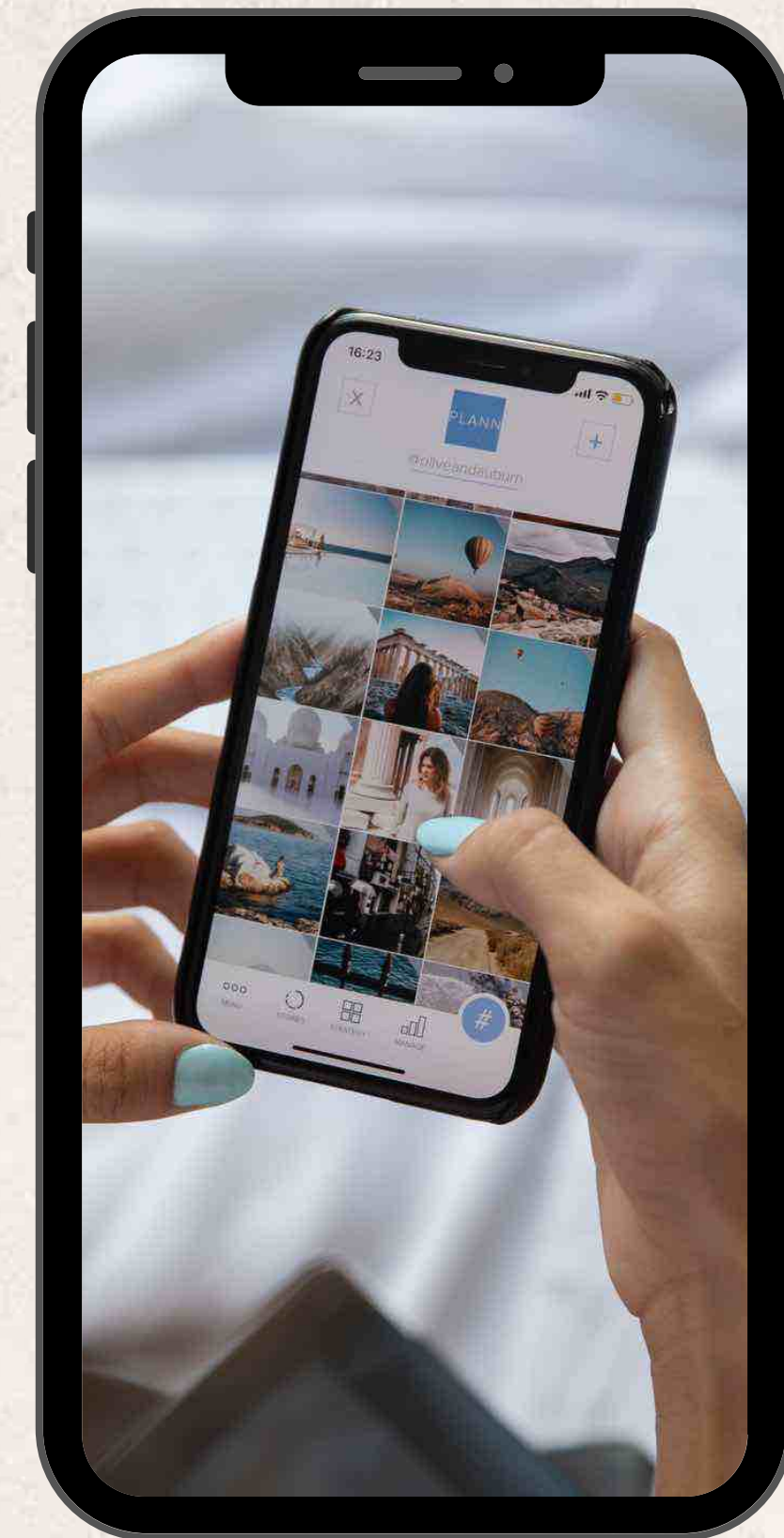
Qu'est-ce que l'influence?

L'influence est l'action, généralement lente et continue, d'une personne, d'une circonstance ou d'une chose qui agit sur une autre.

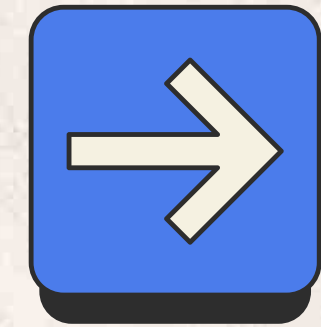
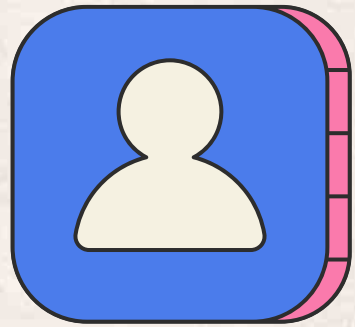
Exemples : l'influence des courants marins sur le climat.

L'influence est aussi l'autorité, le crédit, l'ascendant reconnu d'une personne ou d'un groupe sur quelqu'un ou sur quelque chose.

Exemples : être sous l'influence de son ami, parti politique ou encore l'influence de la religion sur la morale.



Comment cela s'applique à travers les générations?



1945-60

Baby Boomer

Radio et
télévision

1961-80

X

Télévision et
ordinateurs

1981-95

Y

Télévision et
ordinateurs

Z et Alpha

Médias
sociaux

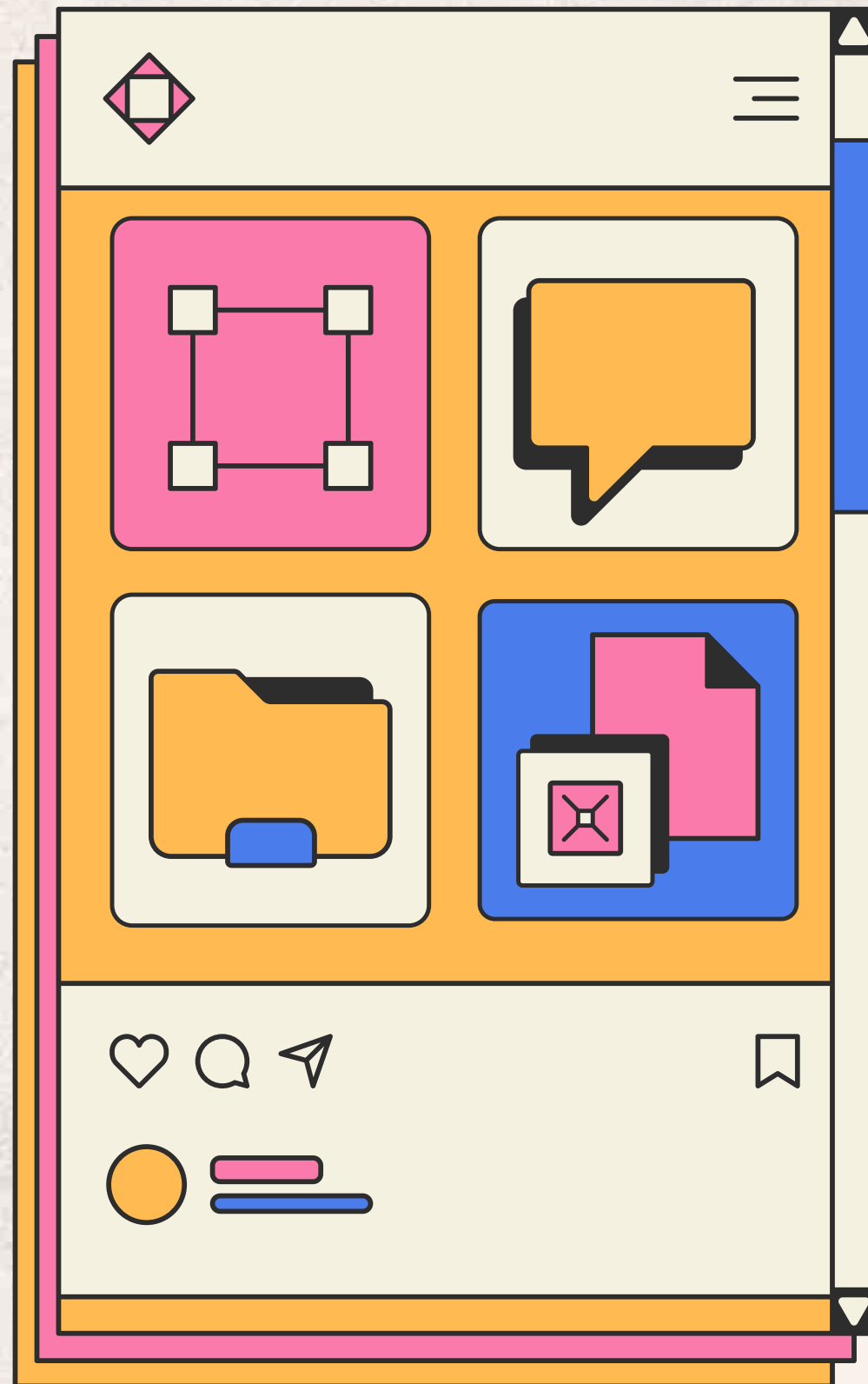


Apparition de la Génération « C »

« C » comme connectée, communicante, centrée sur les contenus, « computérisée », communautaire, cliquant tout le temps. Il ne s'agit pas d'une génération en particulier comme les X, Y, etc.

Pour certains sociologues, la génération « C » n'est pas une question de date de naissance, mais de comportement. Ainsi une personne de la Génération X qui serait née entre 1960 et 1980 pourrait très bien faire partie de la Génération « C » tout comme un Baby-Boomer ou un Alpha.

« Les consommateurs de la génération C pèseront très lourd en 2040. Les entreprises doivent se préparer aux changements qu'ils leur imposent. » (2011, [Friedrich](#))



Mais c'est quoi au juste?

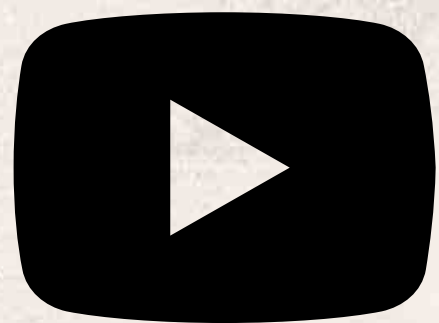
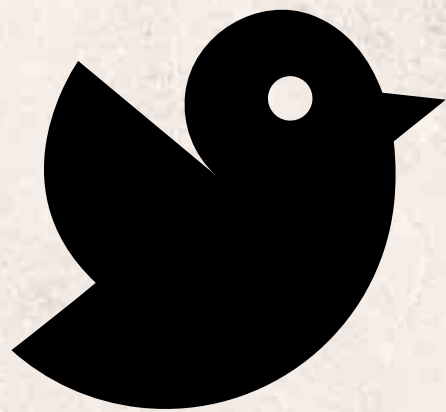
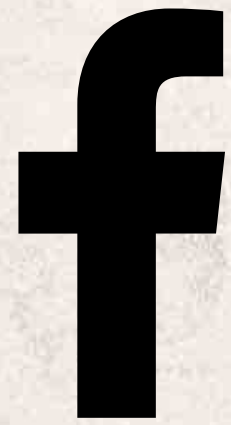
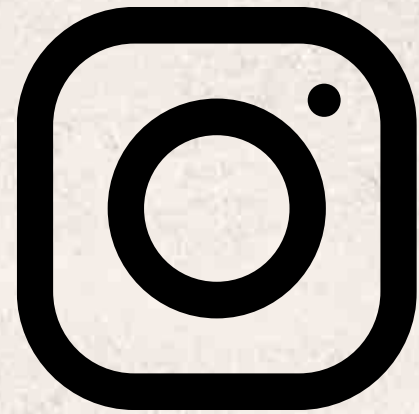
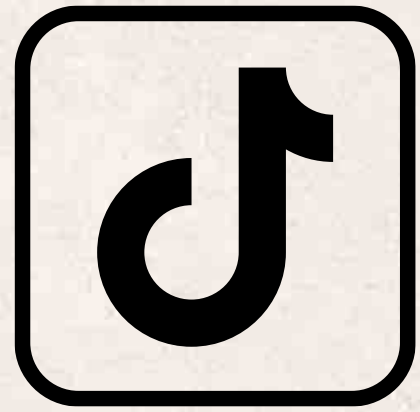
Le marketing d'influence fait appel à des créateurs de contenu, connus et respectés dans leur domaine, pour améliorer la notoriété de la marque, augmenter le trafic vers ses plateformes ou mettre de l'avant ses produits ou services auprès d'un auditoire précis.

Des ambassadeurs bien choisis, authentiques et honnêtes peuvent donc représenter une option intéressante pour les organisations souhaitant rejoindre un public cible personnalisé et adapté, et ainsi diversifier leurs stratégies de communication.

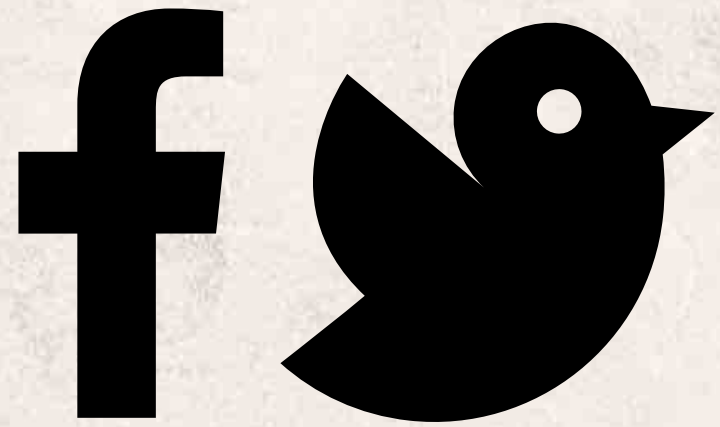
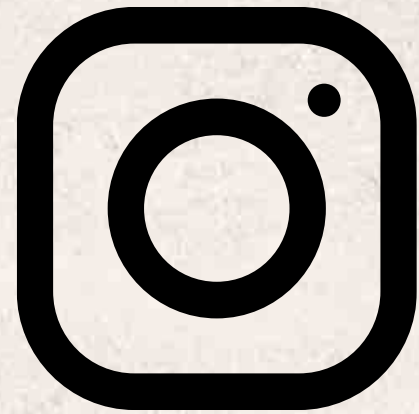
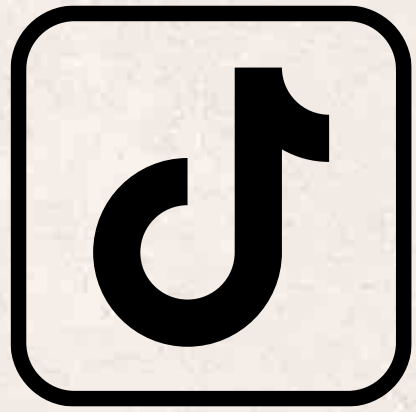
5 types d'influenceurs



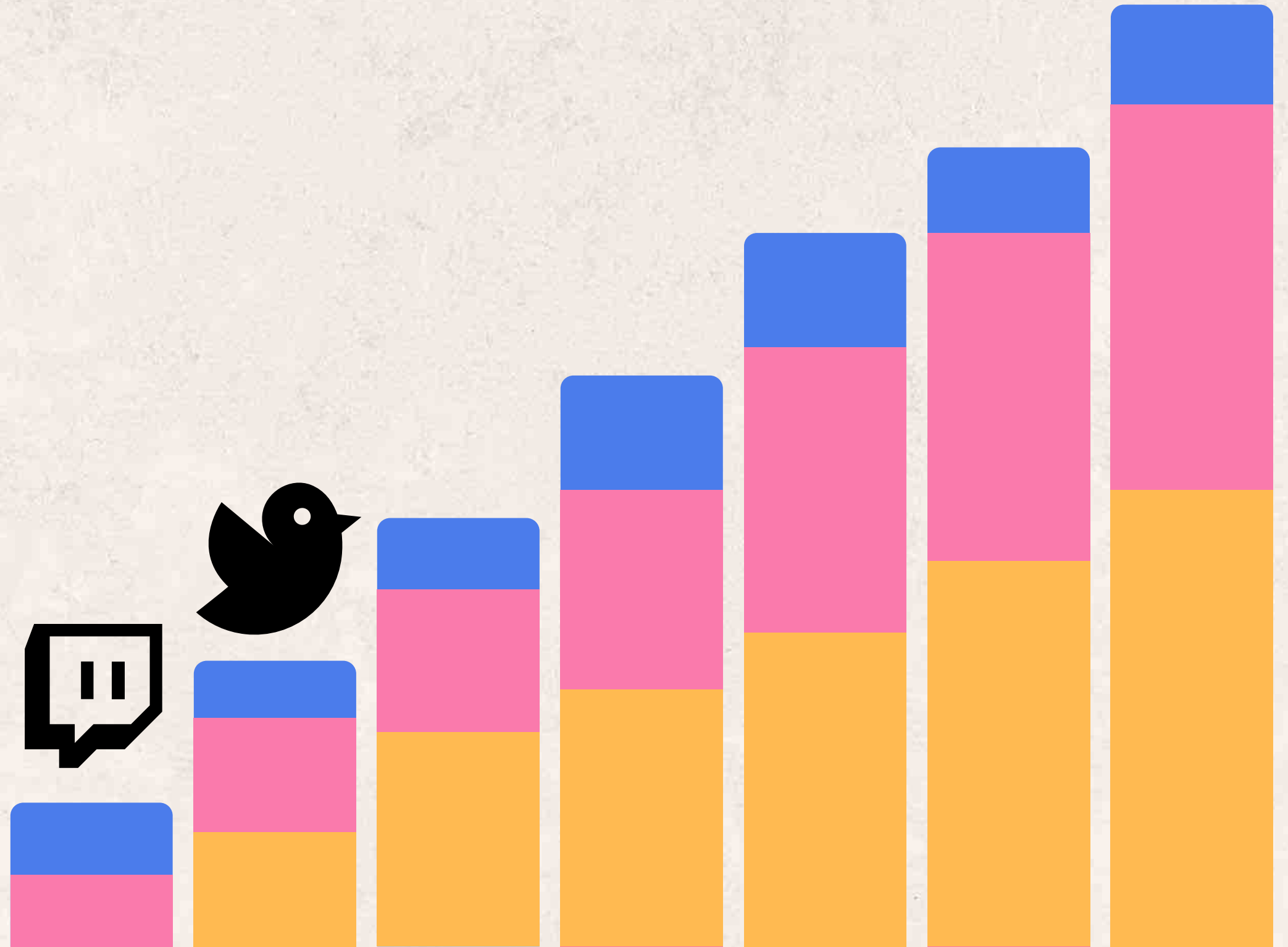
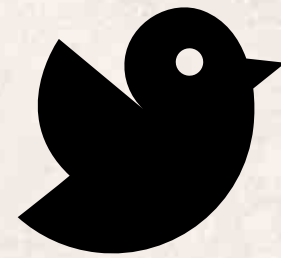
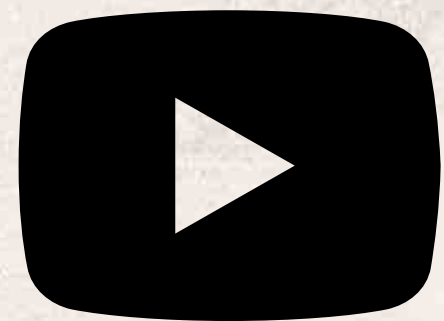
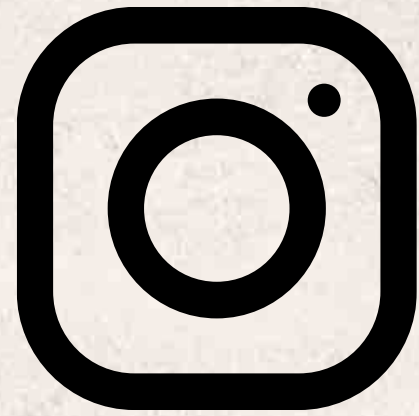
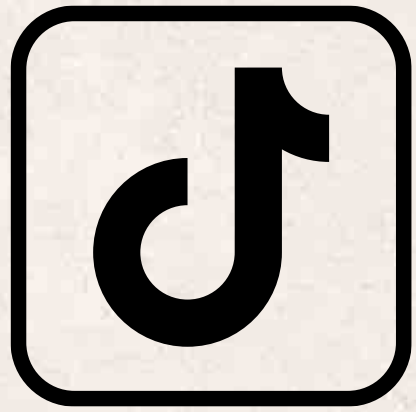
Plateformes les plus utilisées



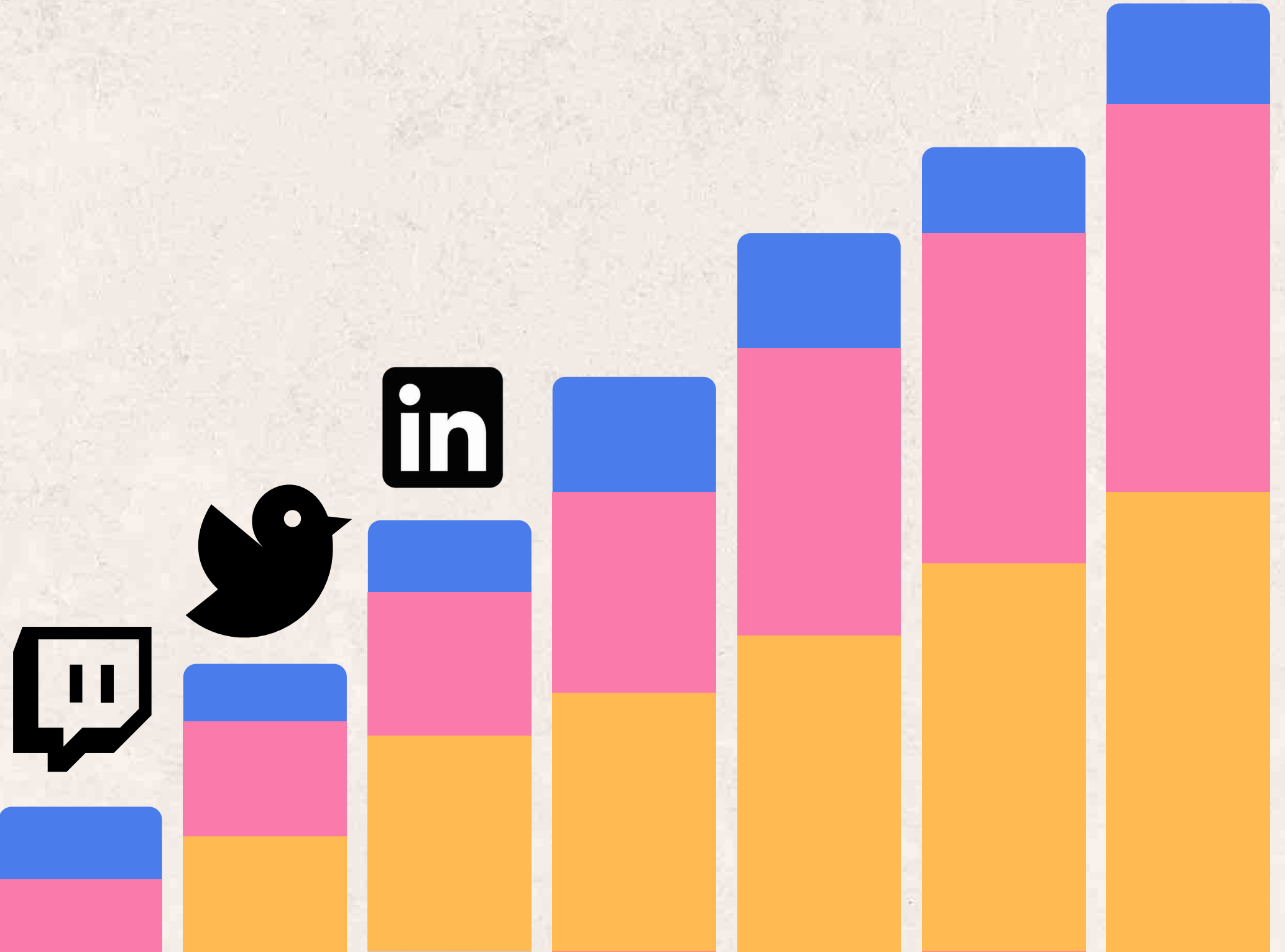
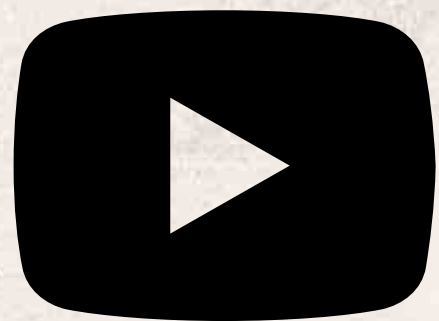
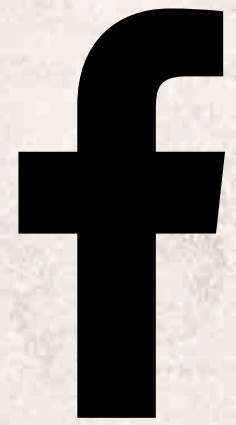
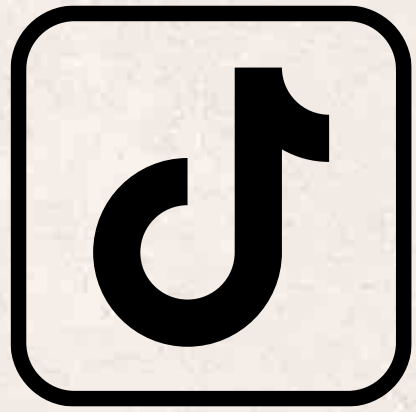
Plateformes les plus utilisées



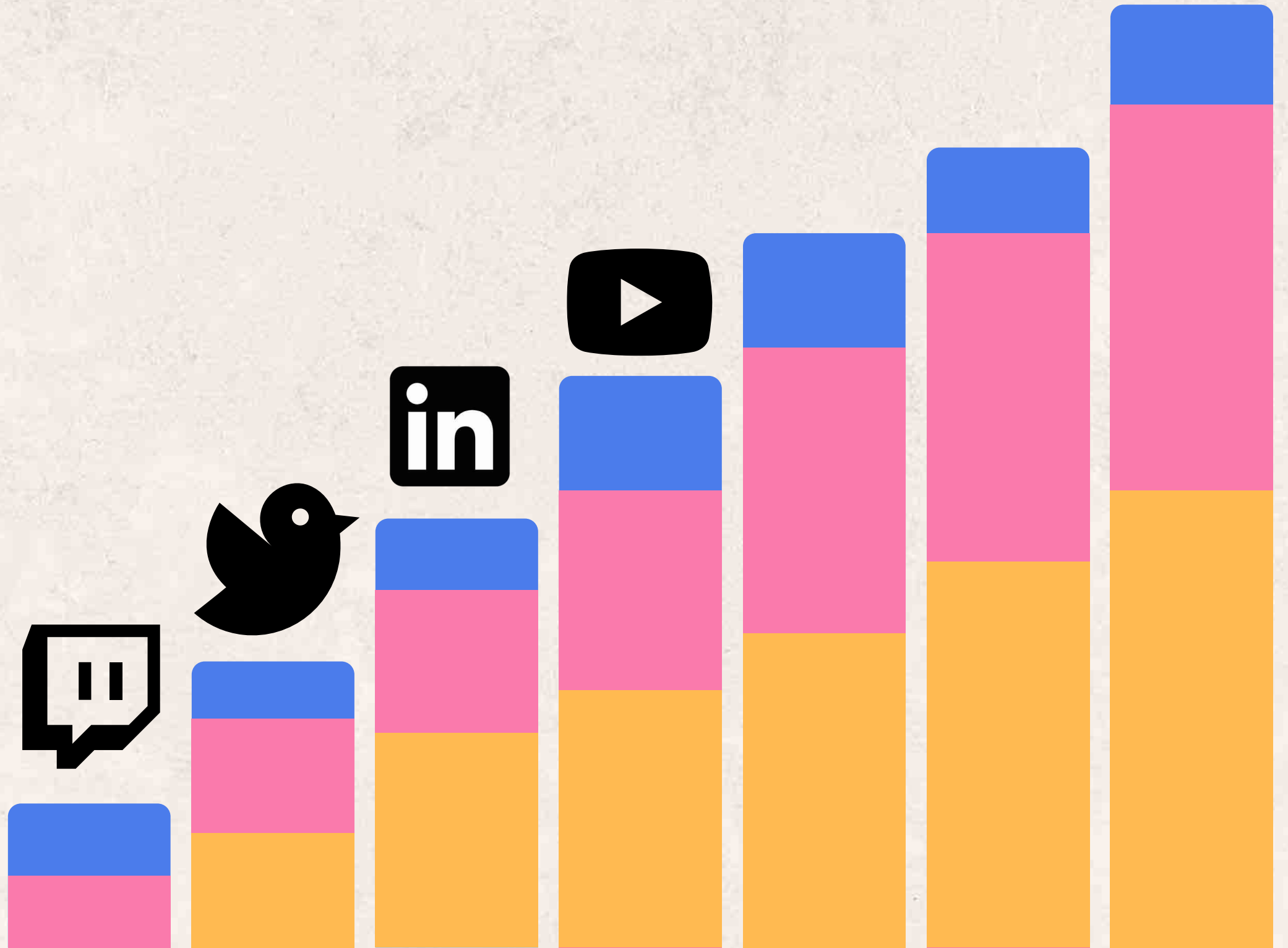
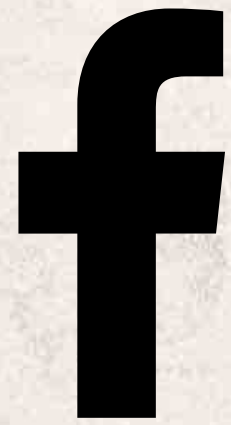
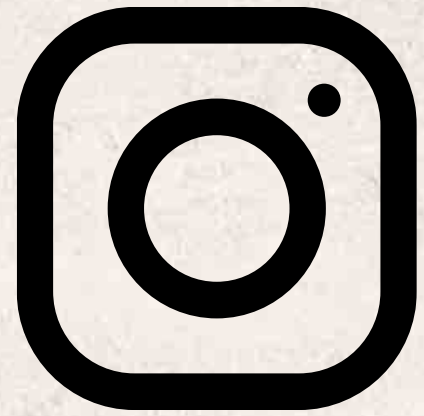
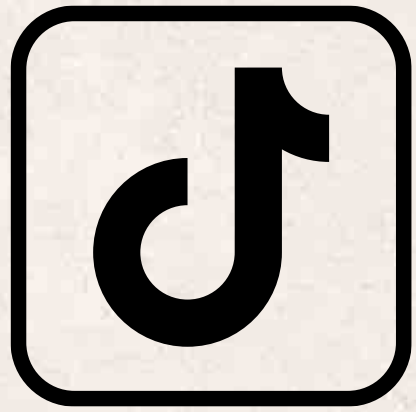
Plateformes les plus utilisées



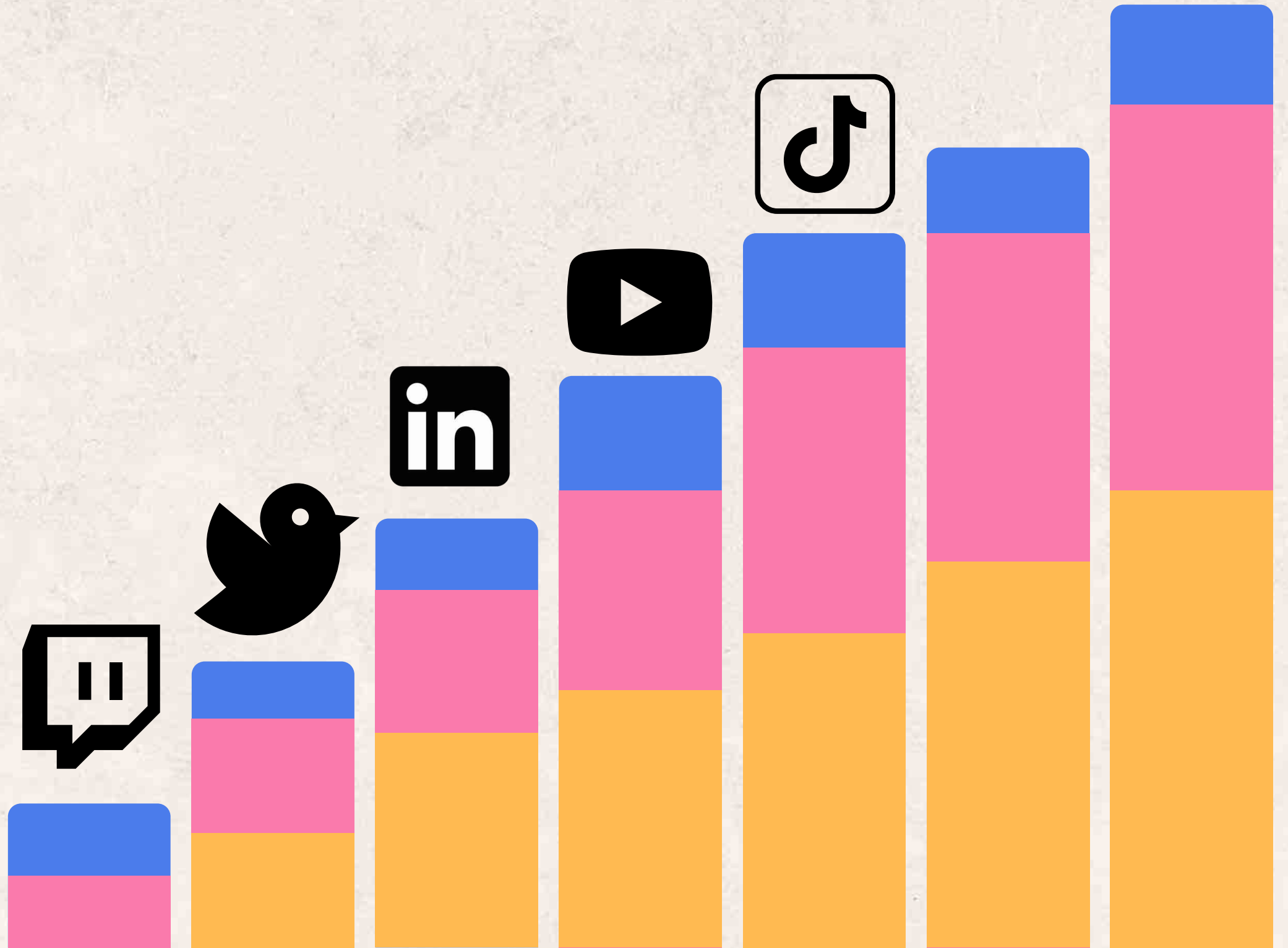
Plateformes les plus utilisées



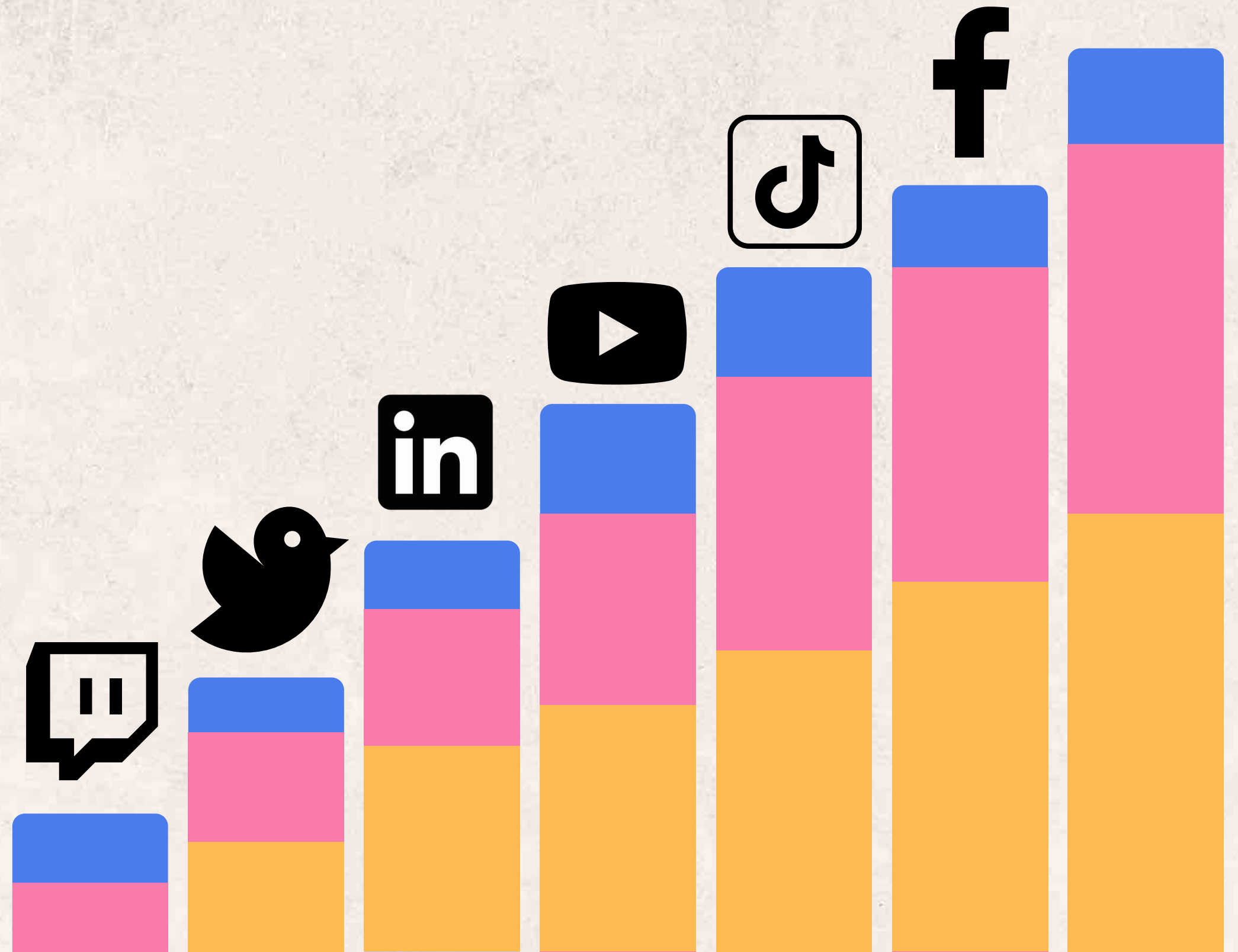
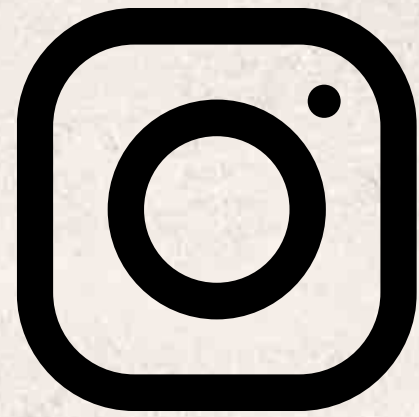
Plateformes les plus utilisées



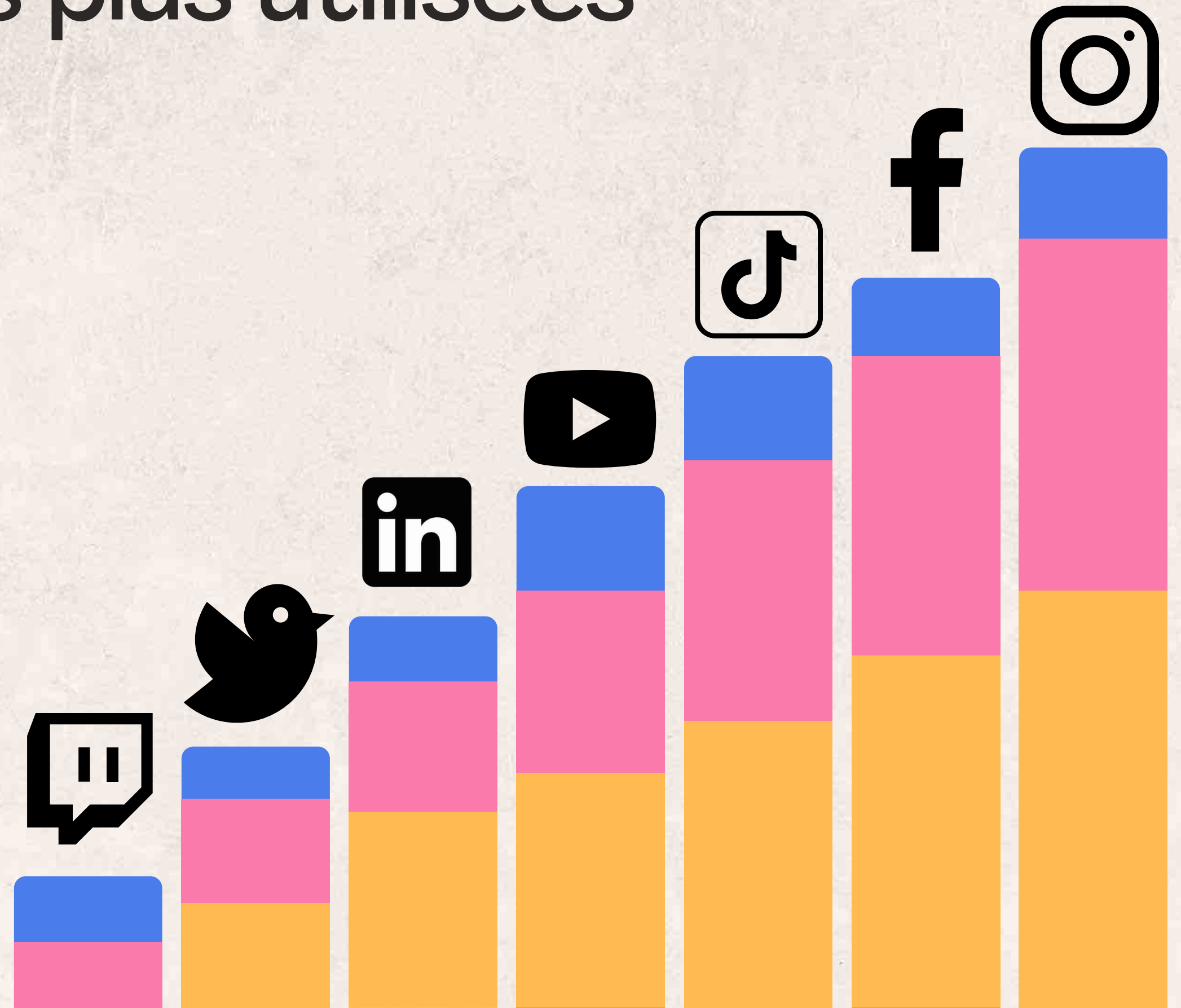
Plateformes les plus utilisées



Plateformes les plus utilisées



Plateformes les plus utilisées



Exemples de partenariats rémunérés

Philippe Labrise
20 juillet 2022
L'équipe de **BBQ Québec**

Inclut une communication commerciale

Lire (K)

0:42 / 58:11

écouter si tu ne sais... Attacher plus

Collaboration commerciale

494 réactions

39 partages

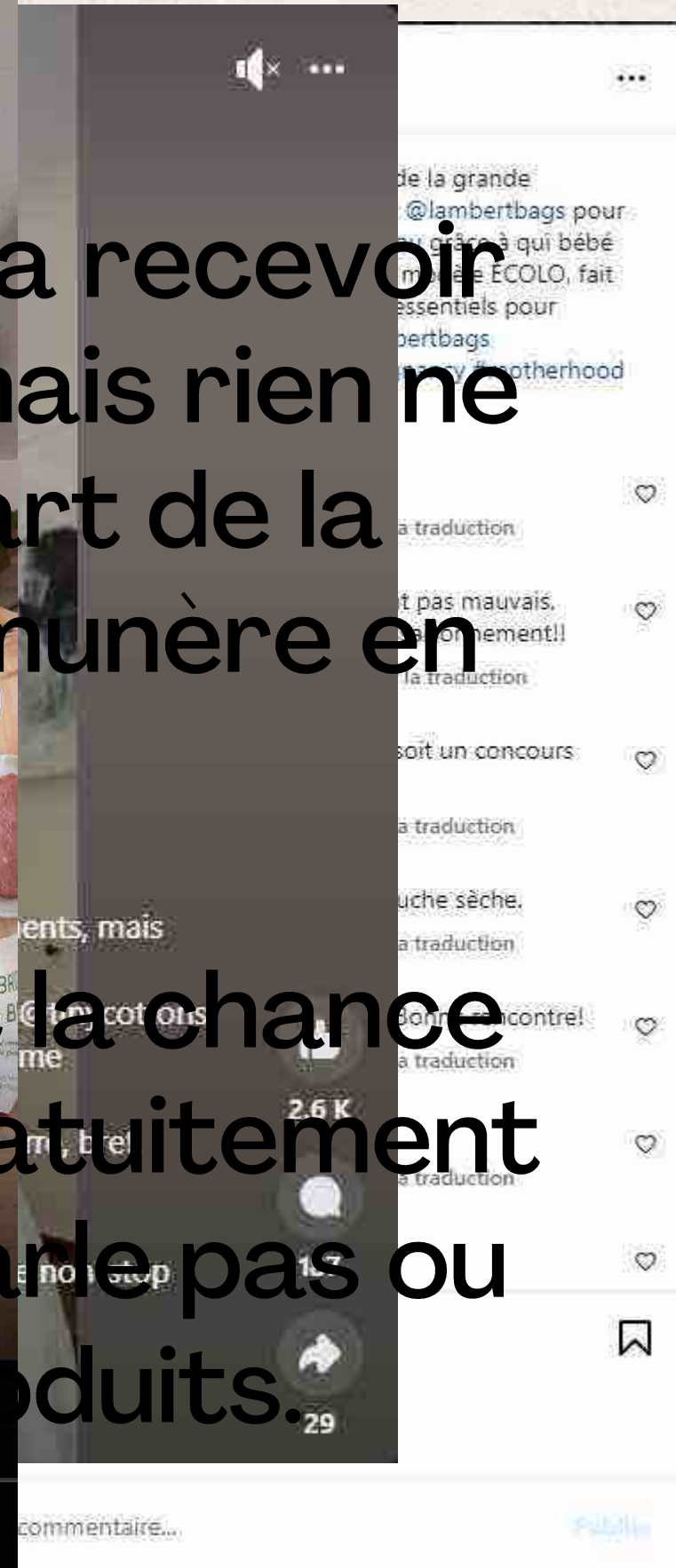
J'aime

Ajouter un commentaire...

Partager

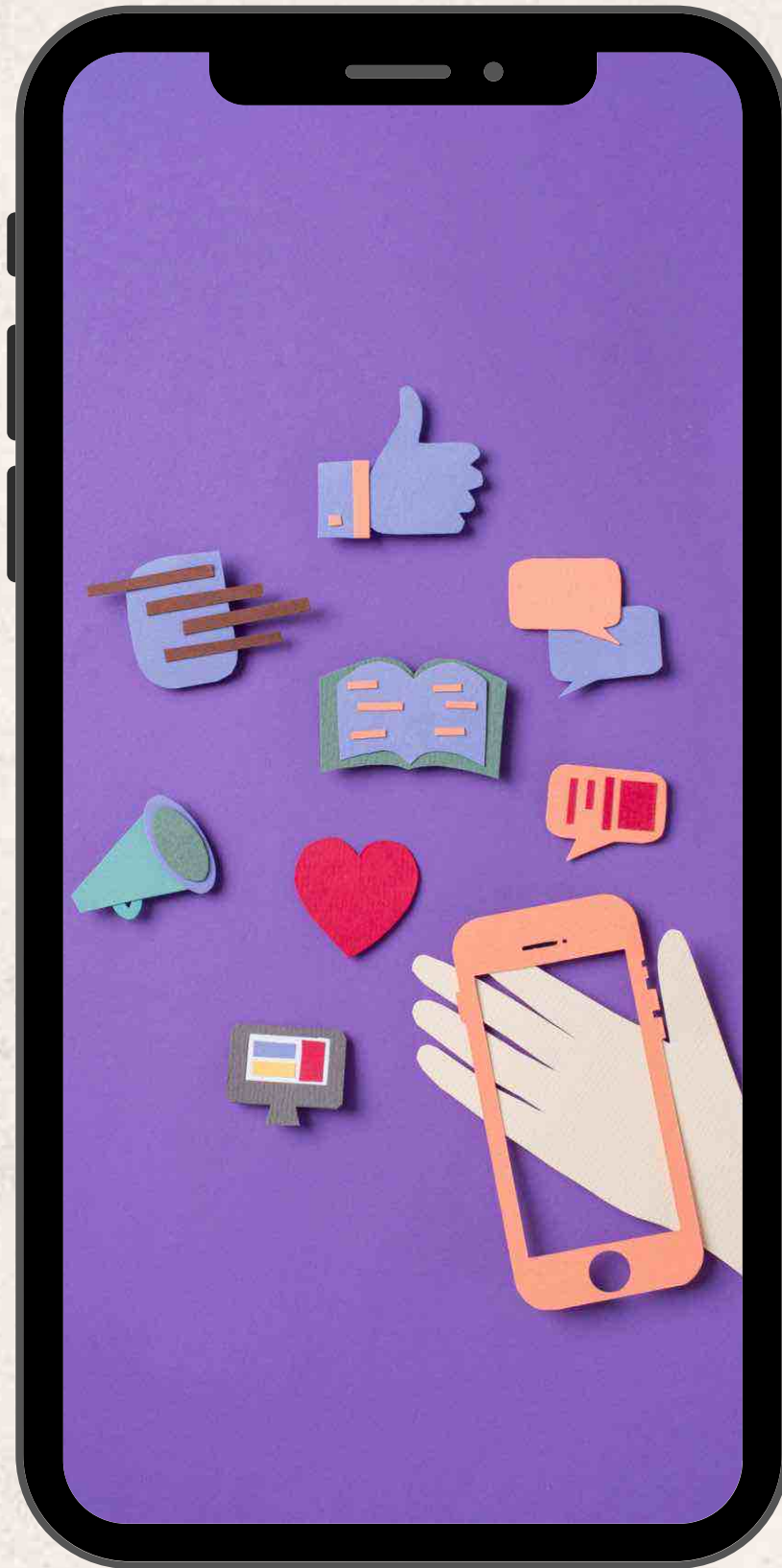
Un influenceur qui ne respecte pas cela peut avoir des conséquences.

Exemples de partenariats non-rémunérés



L'influenceur ou l'artiste va recevoir des produits en cadeau, mais rien ne peut être exigé de la part de la marque. Sauf si elle le rémunère en conséquence.

La compagnie prend donc la chance de donner ces produits gratuitement et que la personne n'en parle pas ou pire n'a pas de produits.



En conclusion

Que soit pour ou contre, le marketing est bel et bien présent et ne diminuera pas. Au contraire, avec la prochaine du metavers, il bientôt des seules façons que les compagnies auront de communiquer avec leur clientèle.

Notons aussi que ce type de marketing est bénéfique aux petites entreprises. L'influenceur, en plus de rapporter de la visibilité, donne aussi un retour client direct. Ainsi, lui et la marque peuvent construire une histoire commune et donner l'opportunité d'évoluer ensemble.

Merci!



Questions?

