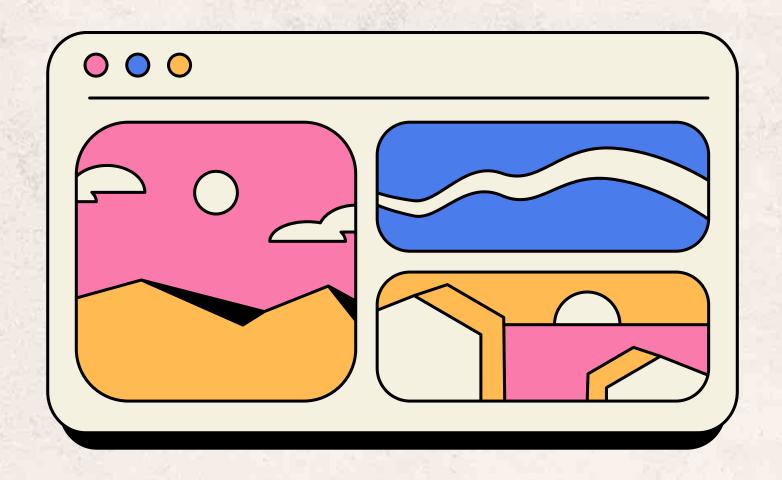
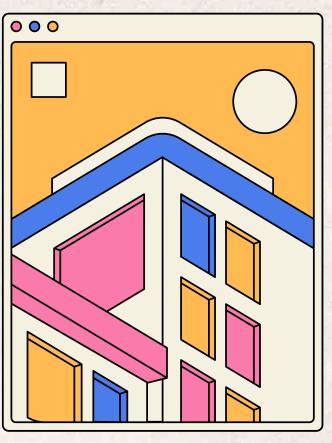
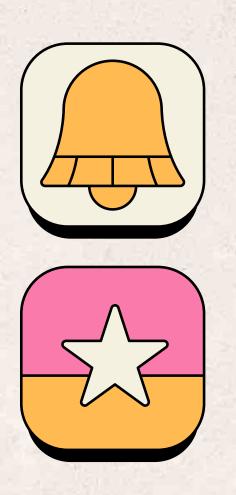


## Démystifier les influenceurs









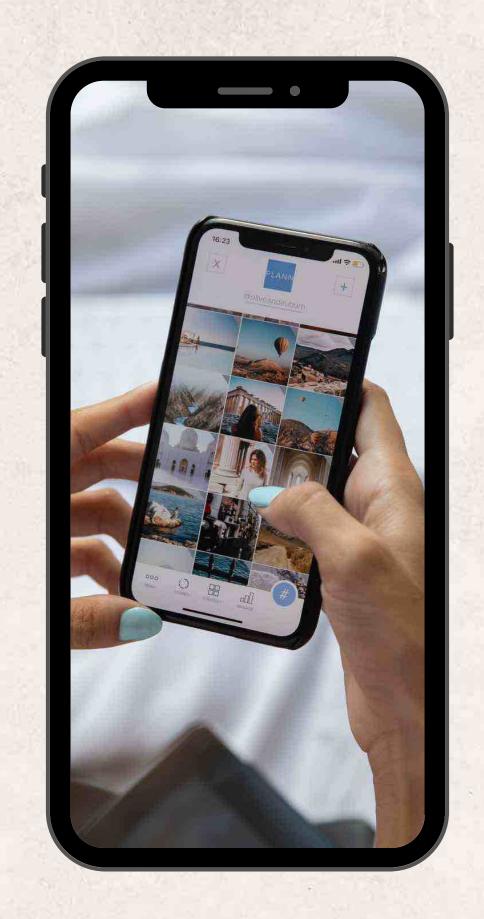
#### Qu'est-ce que l'influence?

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.

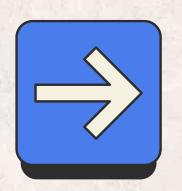


## Comment cela s'applique à travers les générations?











**1945-60**Baby Boomer

Radio et télévision 1961-80

Télévision et ordinateurs

1981-95

Y

Télévision et ordinateurs

Z et Alpha

Médias

sociaux

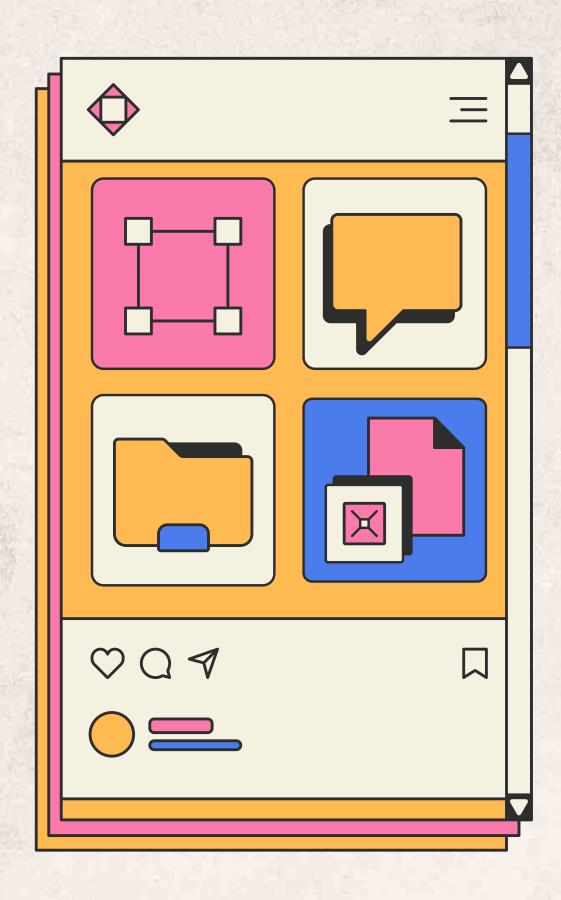


## Apparition de la Génération « C »

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

Pour certains sociologues, la génération « C » pas une question , 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 imposeront. » (2011, <u>Friedrich</u>)



### 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 marque, augmenter le trafic vers ses plateformes ou mettre de ses produits ou services auprès 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

Acteurs; Sportifs.

Chanteurs;

Embauchés par les marques pour devenir leur égérie.

Existe depuis très longtemps, avant de .

pas leur métier premier, mais la création de partenariats avec des marques fait de ces célébrités des influenceurs. Les superstars du Web

Se sont fait connaitre sur le web

Ils sont capables, avec un tweet, un post ou une vidéo, de générer beaucoup de visibilité et de trafic.

En plus de recevoir de nombreux produits de la part des marques, ces influenceurs sont payés en fonction de leur notoriété.

Pour les plus grandes stars du Web, un partenariat avec une marque peut leur rapporter gros. Les clients satisfaits

Peu autant être un influenceur personne avec peu

Promouvoir un produit sans pour autant réclame une rémunération.

Faire attention si un influenceur est mécontent produit, cela peut avoir des conséquences lourdes pour certaines entreprises.

Les influenceurs

Tiennent des comptes ou des blogues sur des secteurs de niche.

Plus légitime de parler de leur sujet, contrairement aux influenceurs généralistes.

Ils attirent un public réellement intéressé par le thème abordé, ce qui peut être intéressant pour les marques puisque la visibilité sera ciblée.

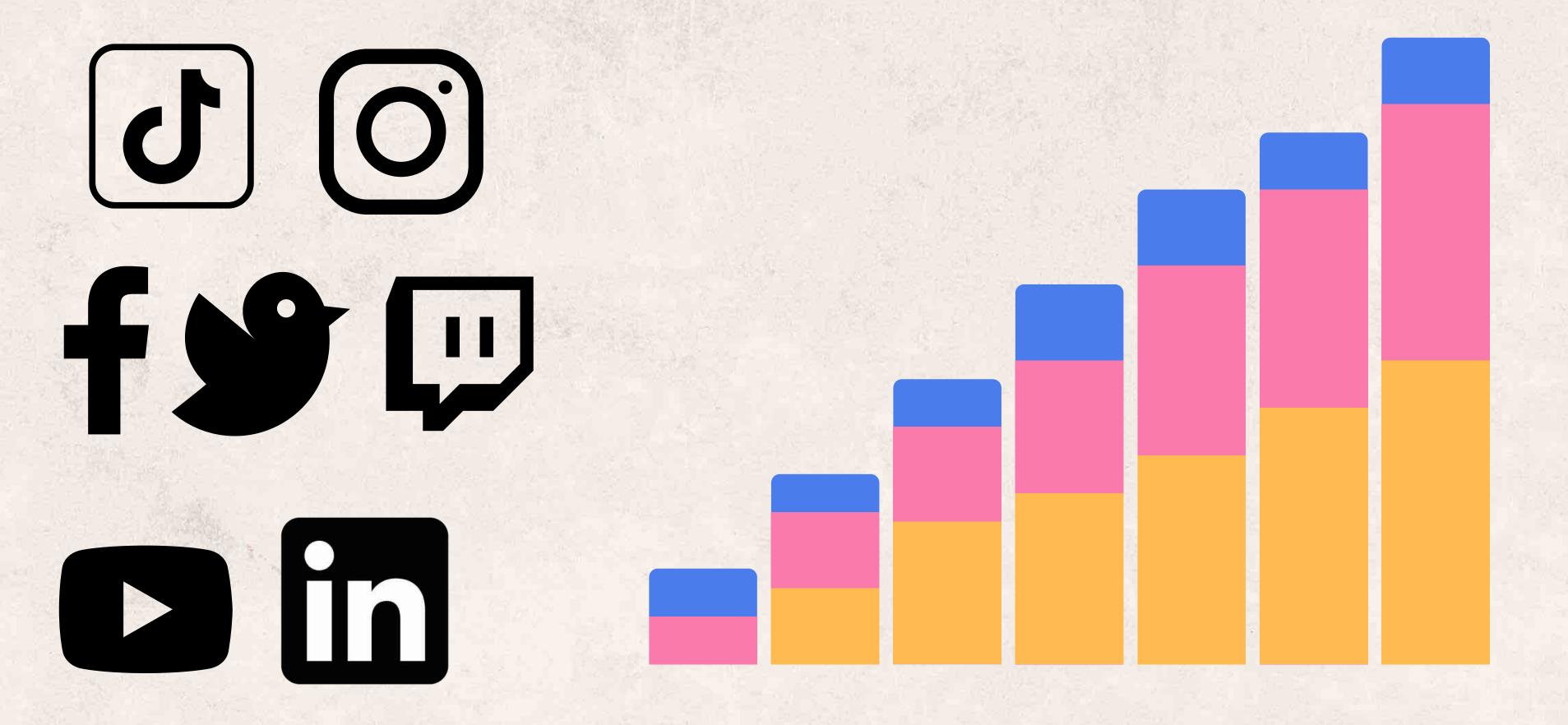
Donc, il y a plus de chance que la campagne fonctionne et que les gens achètent leurs produits. Les micro-influenceurs

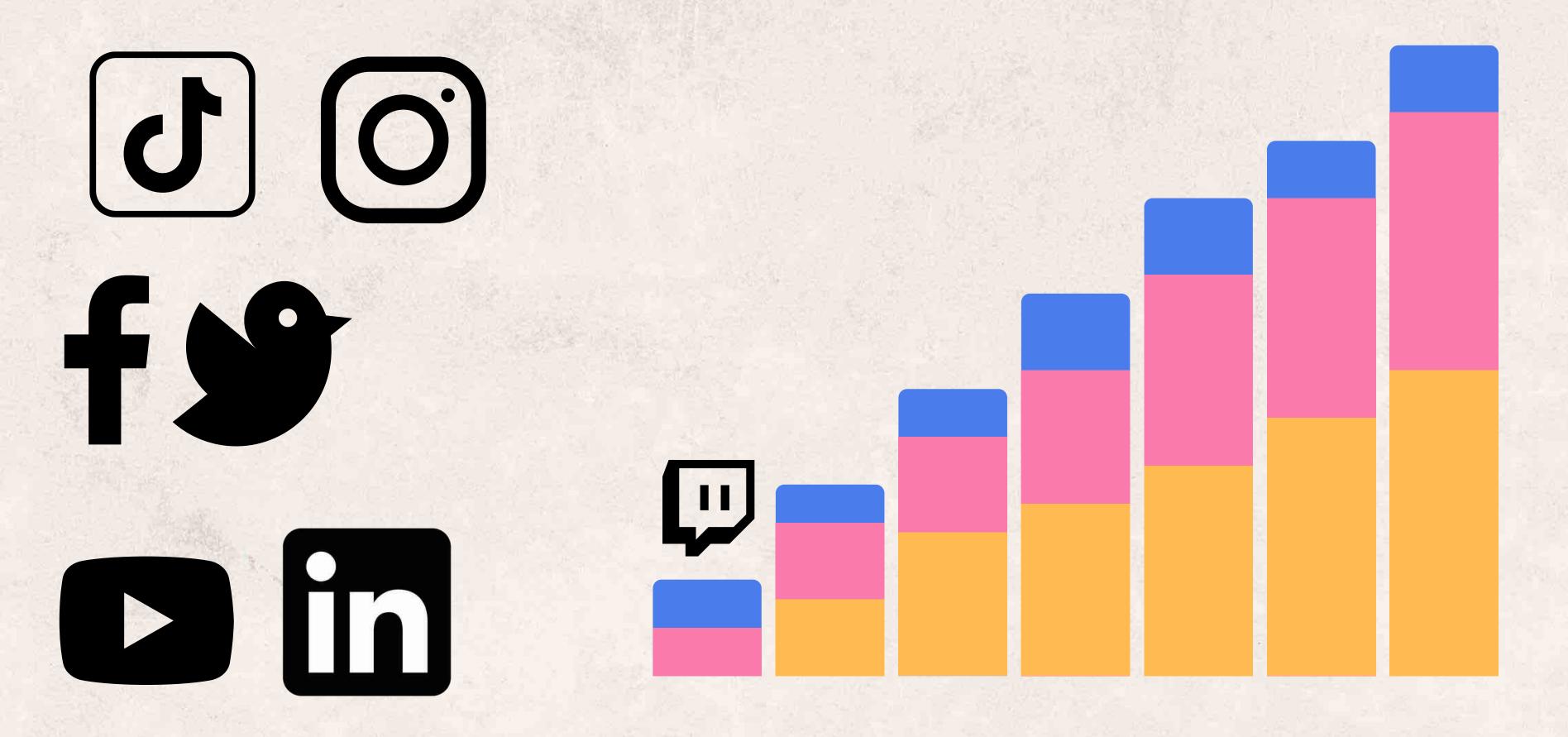
Regroupe les personnes qui ont une petite communauté.

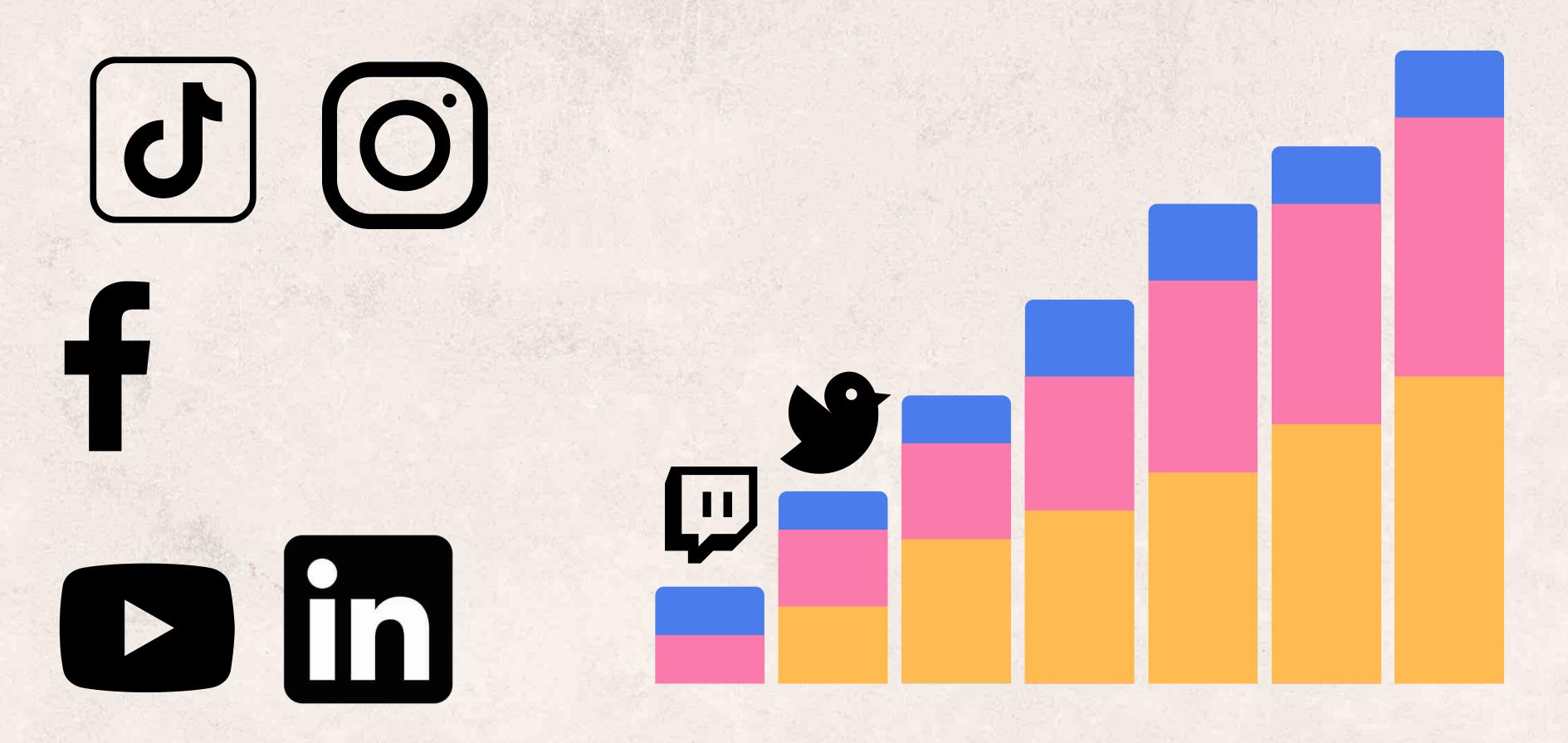
Les micro-influenceurs sont souvent appréciés pour leur proximité avec leur public.

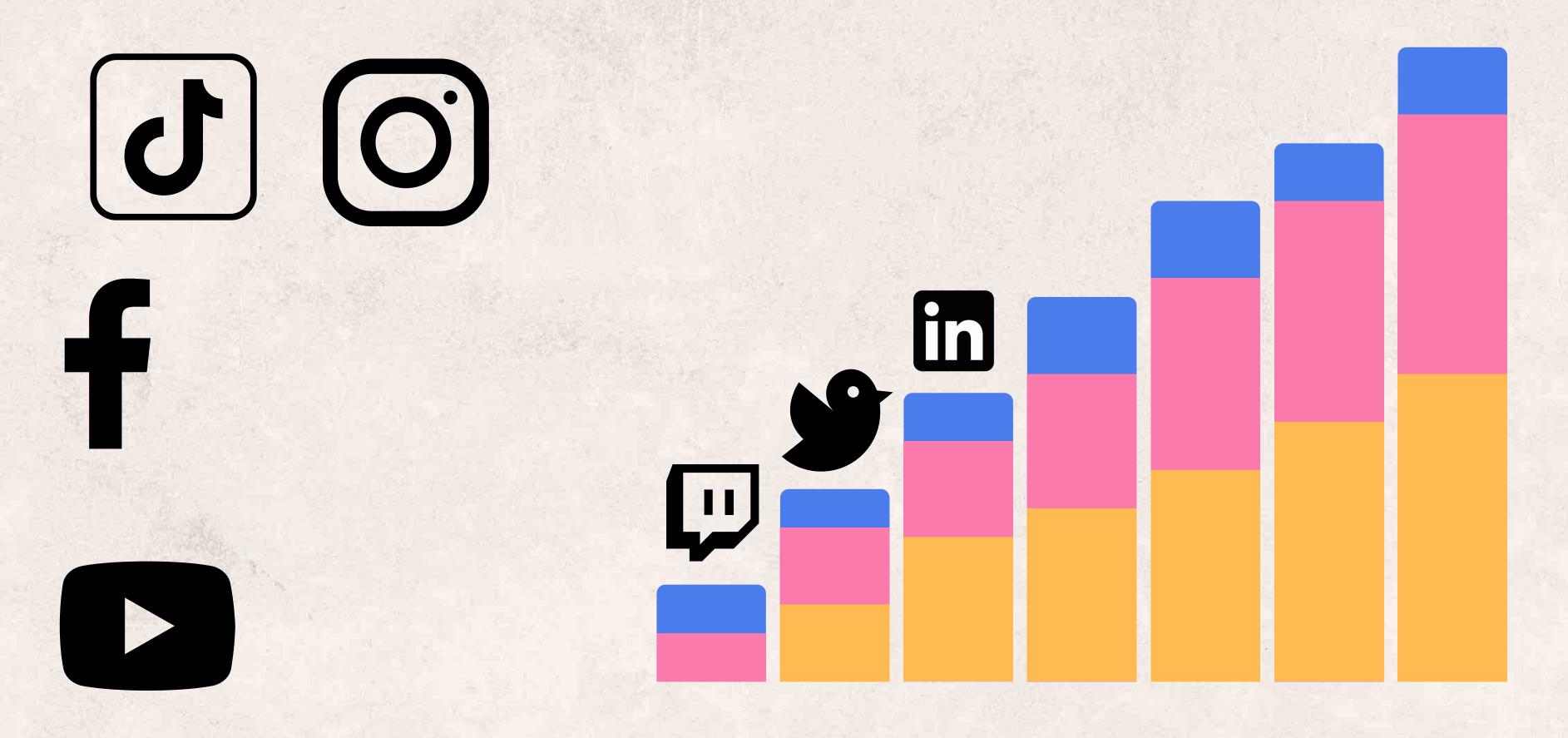
Ils sont donc plus accessibles vis-à-vis de leurs abonnées, mais aussi des marques.

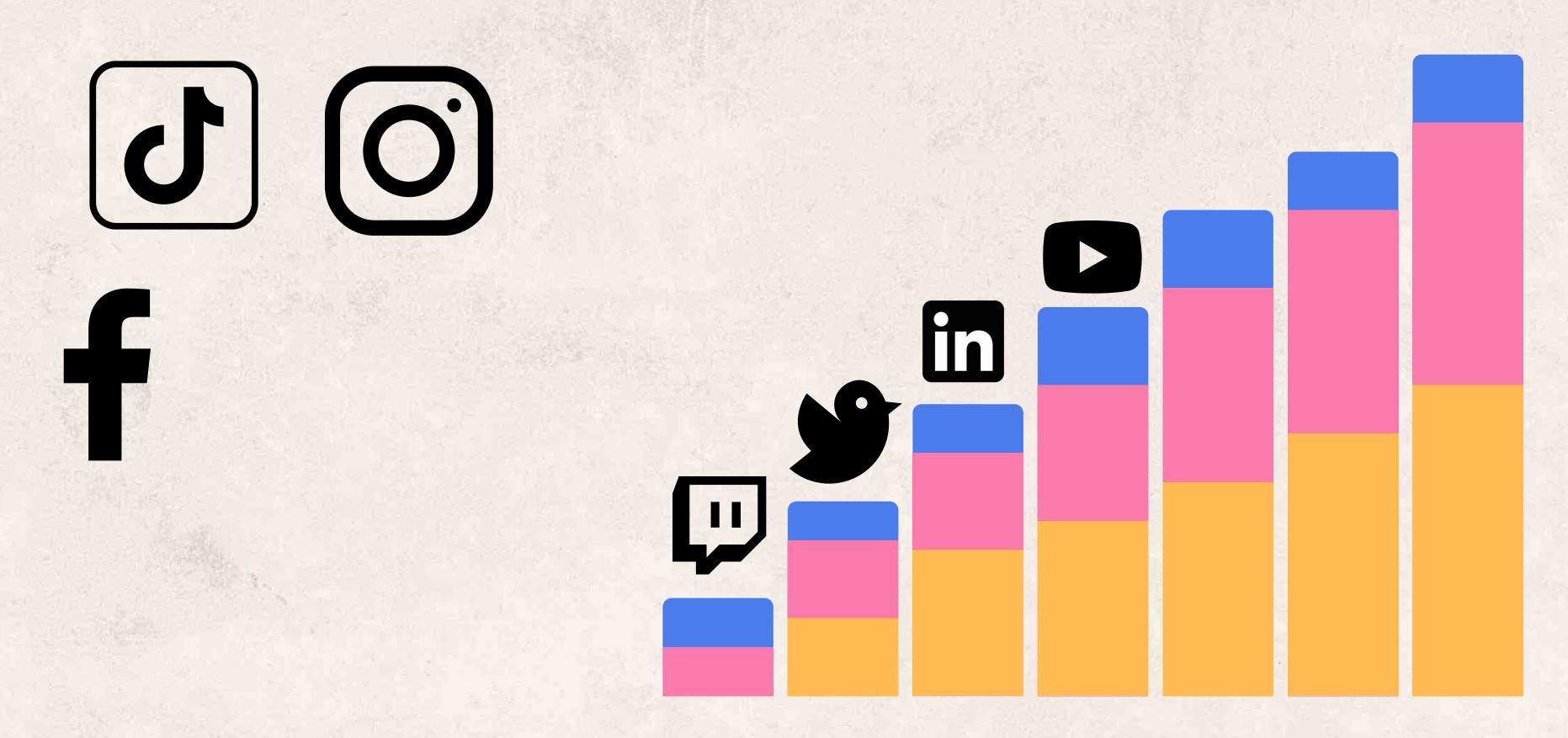
Créer un partenariat avec un micro-influenceur est donc plus facile et moins coûteux.

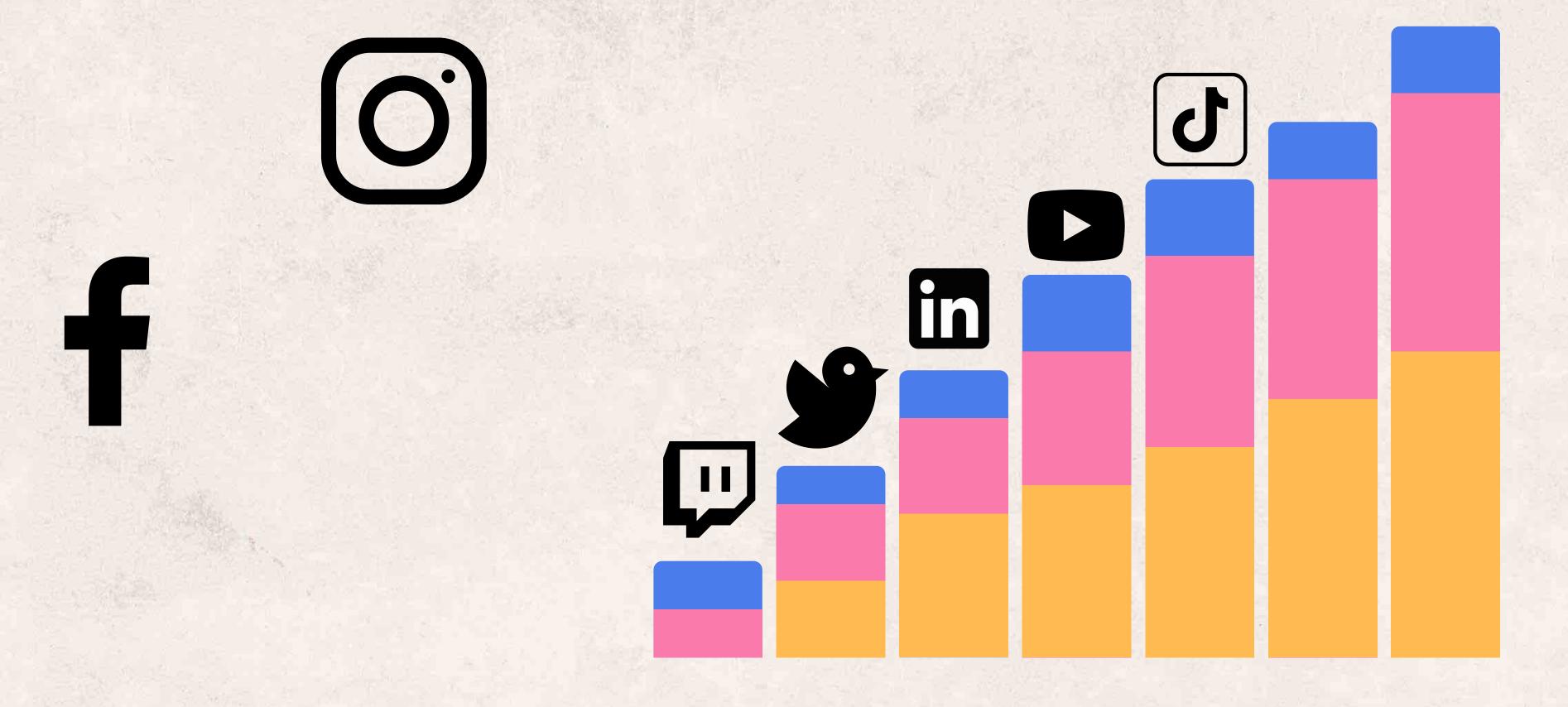


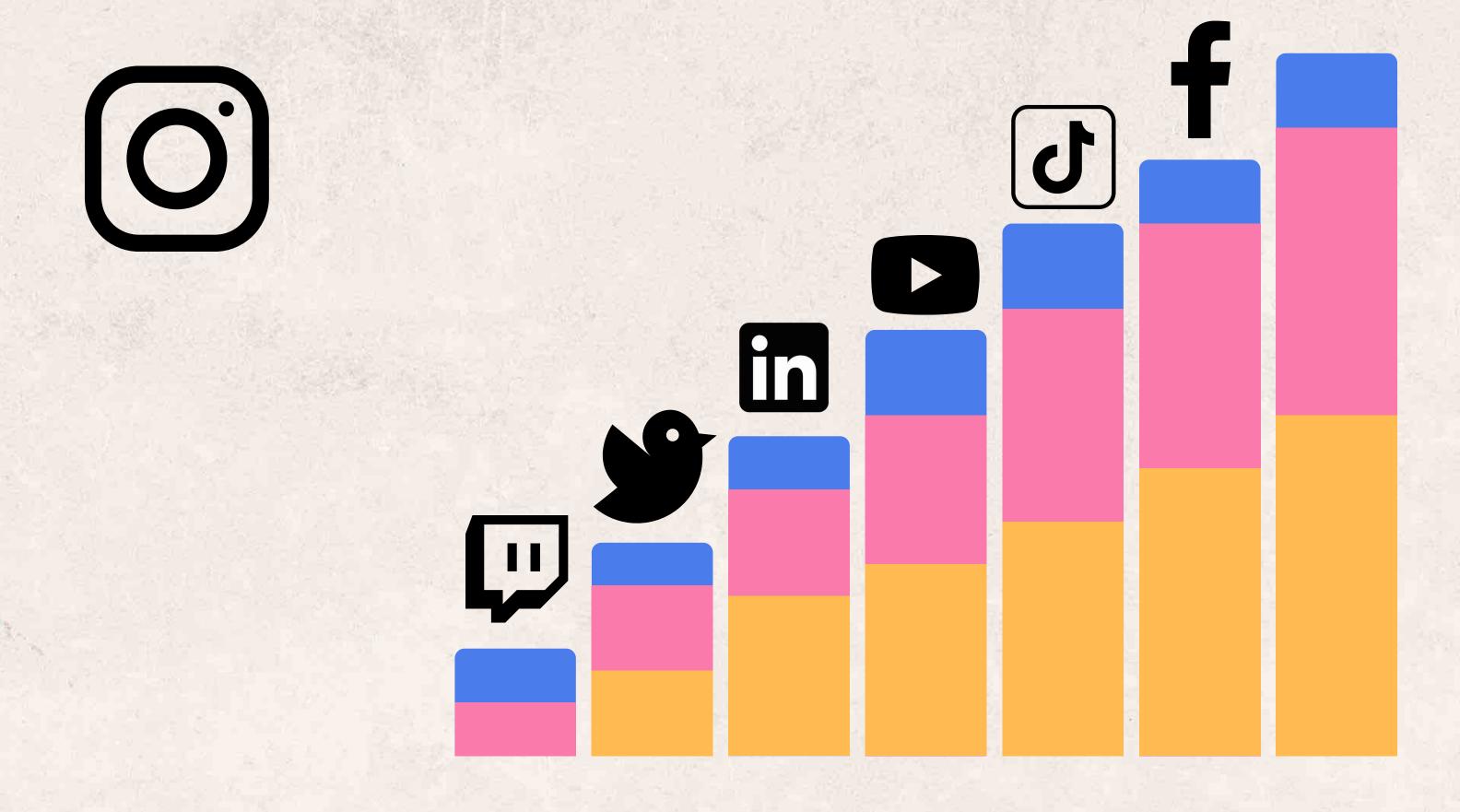


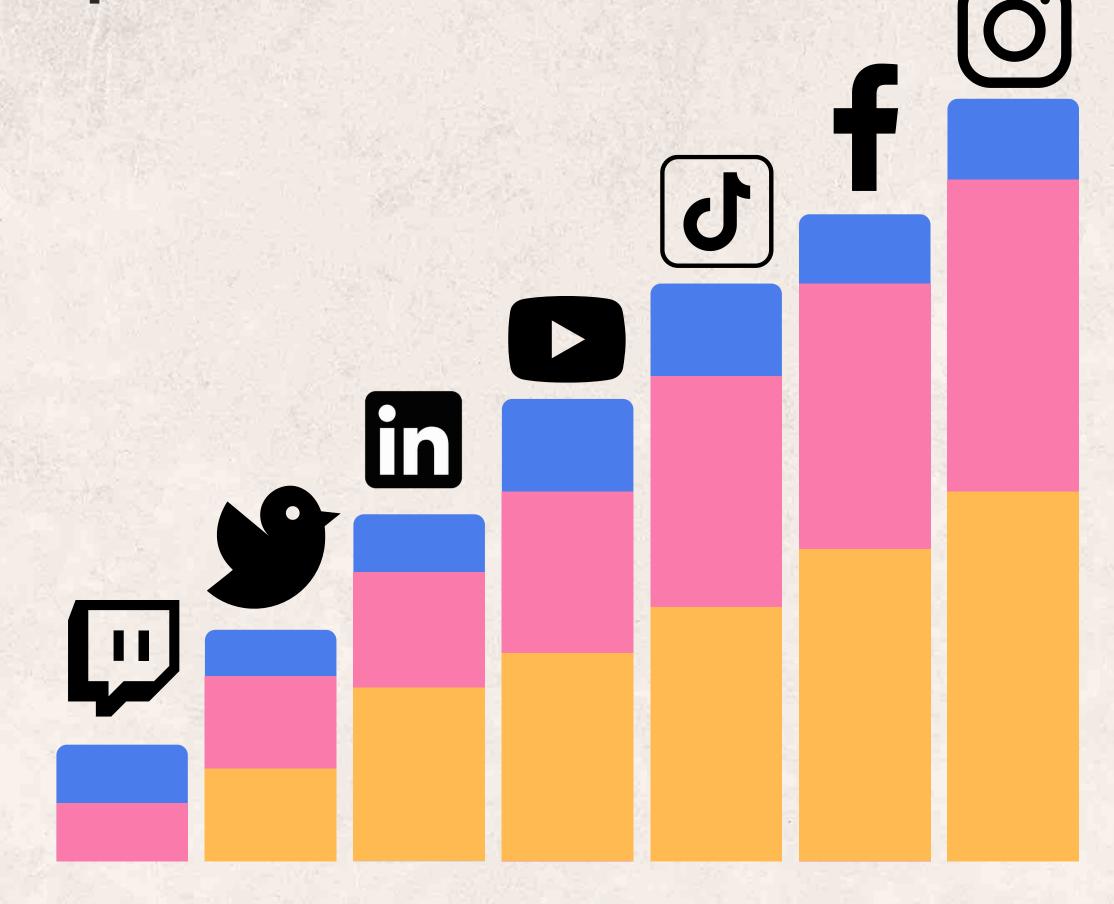














Exemples de partenariats rémunérés





# Exemples de partenariats non-rémunérés





#### En conclusion

Que soit pour ou contre, le marketing est bel et bien présent et ne diminuera pas. Au contraire, avec 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.

## Ivlerci! Questions?

