



INFLUENCEUR À AMBASSADEUR

94% des internautes affirment qu'un avis positif les incite à consommer

90% des répondants estiment que le marketing d'influence est efficace

72% estiment que la qualité des clients qui proviennent des campagnes de marketing d'influence est meilleure que les autres types de campagnes

82% des consommateurs suivent les conseils d'au moins un micro-influenceur

CONSEIL 1

Vérifier le matching

L'influenceur match parfaitement avec la marque ?

Les valeurs, le positionnement, la cible correspondent ?

Si la communauté de l'influenceur est réceptive au message.

C'est une super nouvelle !

CONSEIL 2

Analyser la performance

Lors de la première campagne avec l'influenceur, il faut analyser toutes les statistiques de performance.

Si les statistiques sont bonnes, c'est que la communauté de l'influence a aimé la collaboration.

C'est une excellente nouvelle pour renouveler l'opération.

CONSEIL 3

Les nouveaux livrables

Qui dit nouvelle campagne, dit nouveaux livrables.

La marque doit répartir plusieurs livrables sur l'année pour que l'ambassadeur puisse communiquer.

Il faut varier les livrables et les réseaux sociaux pour encore plus d'impact.

CONSEIL 4

La dotation de produit

Une collaboration sur du long terme requière plusieurs *dotation de produit dans l'année.

Variation des types de produit est une bonne idée pour faire découvrir plus en détail la marque à la communauté de l'ambassadeur.

*Cela dépend du secteur, du prix des produits ...

CONSEIL 5

La rémunération

Il faut fixer un budget global pour l'influenceur en fonction des nouveaux livrables et de la durée du contrat.

Il est possible de rémunérer l'influenceur mensuellement ou par campagne. Les variables sur les ventes permet un investissement supplémentaire de la part de l'ambassadeur.

CONSEIL 6

Le bilan mensuel

Il est très important de faire un bilan régulier avec l'ambassadeur pour s'assurer de la performance de la collaboration.

Le suivi peut être hebdomadaire, mensuel, trimestriel, en fonction des livrables.

Cela permet également d'entretenir une relation avec l'ambassadeur.

CONSEIL 7

Pourquoi un ambassadeur est plus puissant qu'un influenceur ?

Les réseaux sociaux sont inondés de publication, marque, produit ...

Le cerveau humain a besoin de voir plusieurs fois un message pour l'enregistrer. Plus l'ambassadeur fera de publication, plus son audience aura envie d'acheter. Cela veut aussi dire que l'ambassadeur aime réellement la marque.

Merci pour votre lecture !

ENVIE DE LIRE UN EBOOK FINDLY ? [DECouvrez NOS NOUVELLES ÉDITIONS](#)
ENVIE D'UNE FORMATION DIGITALE GRATUITE ? [DECouvrez NOS WEBINARS](#)

Découvrez l'auteur de cette infographie



Manon Roch

Head of communication Findly

manon@findly.co

Une question ? Contactez-nous