

Check-list

LES 5 ÉTAPES

POUR RÉUSSIR SA CAMPAGNE INFLUENCEUR

Ressource créée en partenariat avec  **Influentia**.
Plateforme de gestion de campagnes influenceurs.
www.influentia.fr

#1 RÉALISATION D'UNE BASE DE DONNÉES INFLUENCEURS

Consolidez une liste de 20 à 100 influenceurs correspondant à votre marque.

- ✓ **Méthode 1 - Recherches sur Google** : tapez les mots-clés relatifs à votre secteur d'activité pour trouver les articles de blogs référençant les listes d'influenceurs.
Ex : « meilleurs influenceurs sport », « meilleurs blogs mode », « top 50 influenceurs food », etc.
- ✓ **Méthode 2 - Recherches par abonnements sur les comptes sociaux** : identifiez des profils d'influenceurs intéressants dans les abonnements de ceux déjà identifiés.
- ✓ **Méthode 3 - Recherches par #** : effectuez une recherche par # avec ceux identifiés dans les publications d'influenceurs pertinents pour identifier d'autres publications et profils similaires.
- ✓ **Méthode 4 - Recherches avec un moteur de recherche** : à l'aide d'un outil spécialisé, identifiez les influenceurs référencés selon des mots-clés présents dans leur biographie et leurs publications, selon la localité, l'âge, le sexe, les centres d'intérêt de leur communauté.

#2 QUALIFICATION DES INFLUENCEURS

Assurez-vous de l'intérêt des influenceurs pour votre marque :

- ✓ **Qualité du contenu** (publications en phase avec votre image de marque).
- ✓ **Authenticité des commentaires** (faible proportion de faux commentaires).
- ✓ **Taux d'engagement likes et commentaires** (Taux d'engagement = Nbre likes ou commentaires / Nbre d'abonnés)
- ✓ **Fréquence et date de dernière publication** (peu d'intérêt si non récente / fréquence trop faible = opération lente / fréquence de stories trop élevée = visibilité qui sera noyée).
- ✓ **Evolution des abonnés et abonnements** (un saut peut traduire des achats d'abonnés ou l'usage d'un modèle follow/unfollow).
- ✓ **Localisation, genre, âge, centres d'intérêt, % de fake abonnés*** (comptes inactifs ou faux) : à vérifier auprès d'un échantillon d'abonnés.
- ▶ A l'aide d'un outil, **accédez directement à toutes les informations des influenceurs** :
 - la qualité de leur profil (note d'appréciation) ;
 - leurs dernières collaborations ;
 - le pourcentage de communauté réelle et active ;
 - leurs statistiques (taux d'engagement likes et commentaires, évolution du nombre d'abonnés, répartition de la communauté par genre, tranche d'âge, localisation, etc.).

#3 ACTIVATION DE LA CAMPAGNE

Intéressez les influenceurs à collaborer et cadrez votre campagne.

- ✓ **Construisez une liste d'e-mails influenceurs** : récupérez l'email dans la biographie ou via le bouton « contacter » présent sur le compte Instagram de l'Influenceur.
- ✓ **Créez un template d'e-mail** : le 1^{er} e-mail doit être concis et donner envie d'en savoir plus. Les détails techniques - telle que la rémunération - viendront plus tard dans la discussion.
- ✓ **Effectuez un envoi progressif d'e-mails groupé mais personnalisé.**
- ✓ **Valider** :
 - Le format de la campagne (nombre et fréquence de posts, stories, etc.)
 - Les éléments de communication (points clés de votre marque)
 - La rémunération
 - Le timing (dates et délais des publications)

▶ A l'aide d'un outil, **automatisez l'envoi d'e-mails et échangez en direct avec les influenceurs** grâce à une messagerie instantannée.

Astuce : pensez à envoyer un brief à l'influenceur afin de récapituler les éléments clés de votre campagne.

#4 RÉMUNÉRATION DES INFLUENCEURS

Définissez la contre-partie à offrir aux influenceurs.

- ✓ Demandez-vous ce que vous pourriez **offrir comme cadeau** à l'influenceur pour l'intéresser (invitation à un événement, places VIP, etc).
- ✓ Si vous visez des micro ou nano-influenceurs (ceux dont ce n'est pas le métier, qui n'ont pas de statut juridique pour recevoir une rémunération), **offrez une carte cadeau.**
- ✓ Pour les autres, **réalisez un paiement.** La rémunération dépend de divers paramètres : taille de la communauté, type de réseau social, rareté du produit, complexité du brief, etc.

#5 ANALYSE DE LA CAMPAGNE

Analysez la performance de votre campagne selon les critères suivants :

- ✓ **Nombre de likes et de commentaires**
- ✓ **Reach des publications et nombre de vues des stories**
- ✓ **Earned Media Value** (indice monétaire de la visibilité)
- ✓ **Nombre de redirections vers votre site**
- ✓ **Nombre de conversions** (achats, formulaires de contact, téléchargements)

▶ A l'aide d'un outil, **réalisez un suivi automatisé de votre campagne**, des analyses par influenceur et **un bilan général** (cible potentielle touchée, earned média cumulé, etc.).

Astuce : pensez à demander aux influenceurs de vous transmettre le nombre de vues stories.