

PICSTARS X CLUB DE COM VALAIS

Marketing d'influence -
Viens pour rester



Agenda

- 01** Le marketing digital en transition
- 02** L'importance du marketing d'influence
- 03** Quelles plateformes de médias sociaux?
- 04** Conclusion



Marketing digital en transition

01

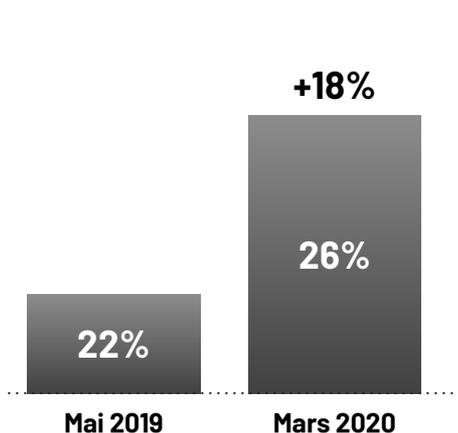


Marketing d'influence

est de plus en plus important

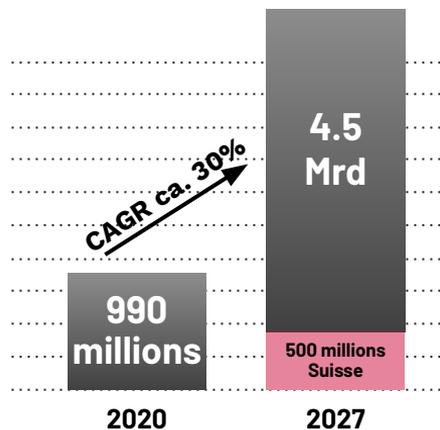
La confiance augmente

Même en temps de crise, les utilisateurs font confiance aux recommandations des influenceurs. Une personne sur quatre a déjà acheté un produit grâce aux influenceurs.



Volume du marché DACH

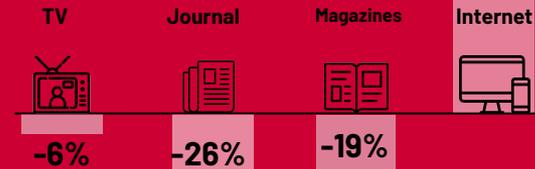
Le volume du marché du marketing d'influence en Suisse est actuellement d'environ 100 millions de francs.



Source: Nielsen Survey; Mediennutzung in Deutschland, Mai 2019 & März 2020

Question : Dans quelle mesure faites-vous confiance aux recommandations ou aux formes de publicité suivantes ? (Recommandations ou publicité d'influenceurs et de célébrités)

Décalage des médias - Temps passé



Source: Nielsen Survey; Mediennutzung in Deutschland, Mai 2019 & März 2020

+15%

Croissance du marketing d'influence sur Instagram. De 5,1 Mrd. US\$ à 5,9 Mrd. US\$ en 2021.

Source: <https://onlinemarketing.de/>

60%

de utilisateurs entre 13-30 ans (Millennials) suivent les influenceurs sur les médias sociaux

Références Picstars



L'importance du marketing d'influence

02



Pourquoi le marketing d'influence?



Marque
Sensibilisation



Crédibilité



Groupes
cibles Fit



Contenu
Création



Contenu
Distribution



Word of
mouth



1h 25min

∅ Temps passé sur les
médias sociaux par jour CH

Source: <https://wearesocial.com/>

71%

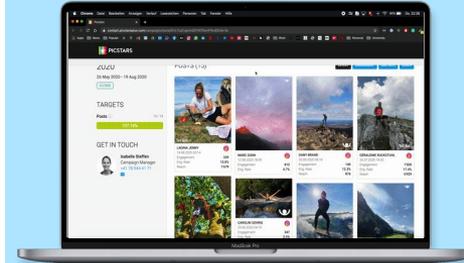
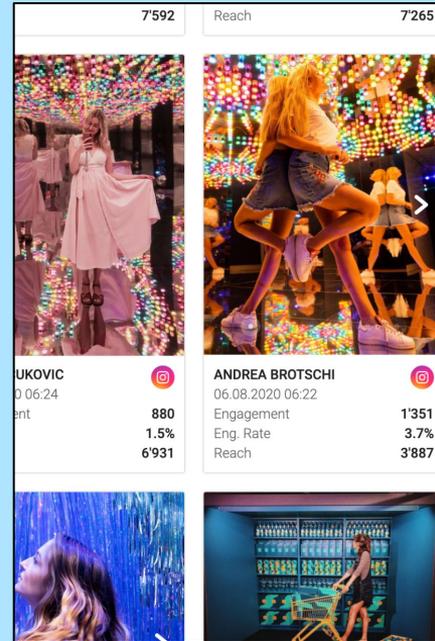
utilisateurs actifs de médias
sociaux CH avec utilisation
quotidienne

Source: <https://www.onlinekarma.ch/>

45%

des utilisateurs, recherchent
des informations sur les
marques sur les médias
sociaux

Source: <https://wearesocial.com/>



Créativité

Sur la base du briefing du client, nous développons un concept de narration individuel.
Sur mesure pour la marque, les canaux et les objectifs définis.



Perfect Match

Grâce à notre technologie exclusive et à notre équipe expérimentée, nous pouvons identifier les bons influenceurs pour votre marque et votre campagne.



Coordination

Nous effectuons une présélection, confirmons ensemble les influenceurs, nous occupons de la conclusion du contrat et vérifions le contenu pour l'approbation finale.



Suivi et rapports

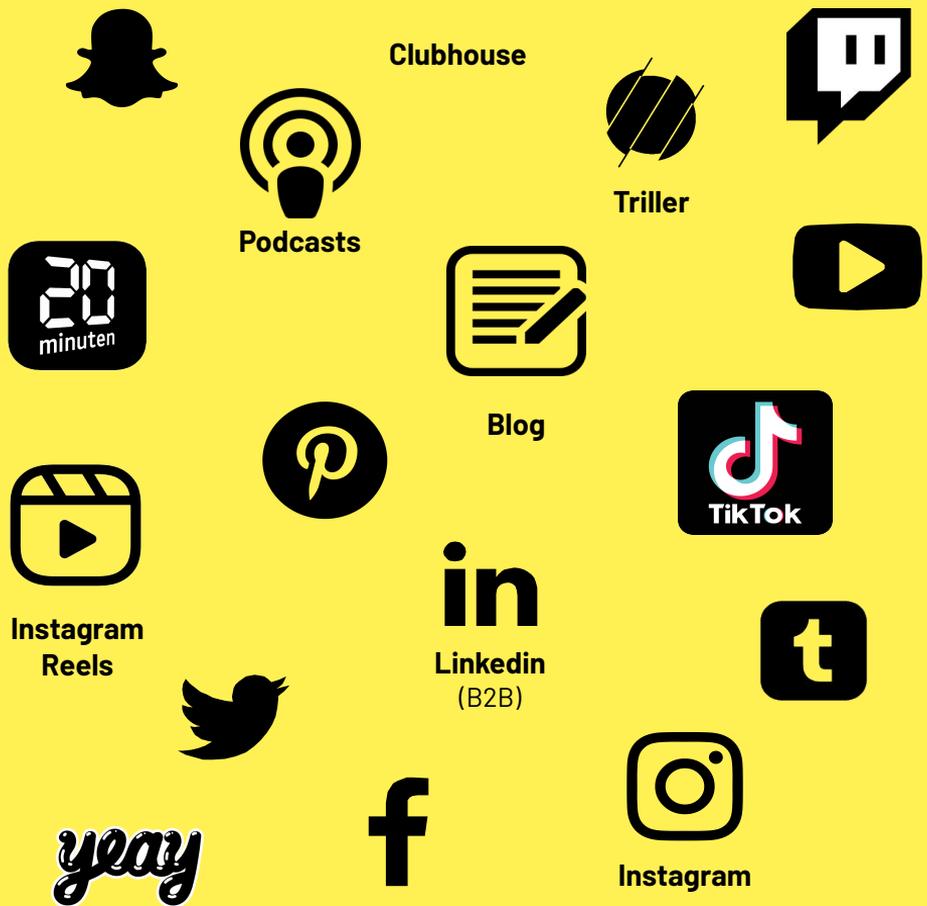
Enfin, la mise en œuvre et l'adressage précis du public cible suivent (par exemple, par le biais d'annonces de contenu de marque). Les performances de la campagne sont suivies et partagées.



Quelles
plateformes de
médias sociaux ?

03







TikTok

courtes vidéos créatives, autocollants branchés, filtres cool, viralité interactive, son

vidéos : jusqu'à 1 min

âge moyen : 20 ans

utilisateurs : w 53%, m 47

Portée CH : 1,7 millions d'utilisateurs actifs

VS

Instagram

Messages du fil d'actualité, Stories, Reels, IGTV

Vidéos: jusqu'à 1 Min

Âge moyen: 36 ans

utilisateurs : w 50%, m 50%

Portée CH : 2,7 millions d'utilisateurs actifs



TikTok vs. Instagram Reels

■ TikTok ■ Instagram

Moyenne Vues



1.19 mio



1.2 mio

Moyenne nombre d'appréciations



231 k



110 k

Moyenne nombre de commentaires



2.141

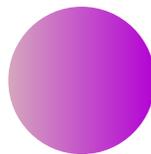


811

Rapport vues/suivants



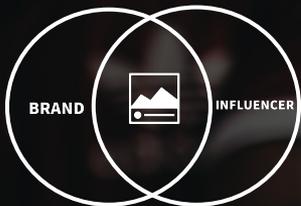
24,8%



144%

Source: Statista 2021





Autres sites Reach

portée supplémentaire grâce au ciblage des groupes cibles



Conversion plus élevée

avec CTA sur les microsites, la boutique ou le site web



Plus de portée grâce à Annonces de contenu de marque

Expéditeur = Influenceur
(et NON la marque)

"Sponsored"

Appel à l'action

Partenariat rémunéré
avec
la marque

Conclusion

04





Perfect Match

La clé est d'identifier les bons influenceurs pour le client et la campagne.



Authenticité

En s'adressant au groupe cible, la communauté doit se sentir authentiquement interpellée.



Storytelling

Les histoires contemporaines suscitent des émotions et amènent les groupes cibles à s'identifier à elles.



Créativité

Un contenu créatif réussi exige le courage, l'ouverture et la confiance du client.



Kevin Toma

Head of Brand Partnerships CH

kevin.toma@picstars.com

+41 79 250 90 54



Robin Christopher Heering

Senior Product Manager

robin.heering@picstars.com

+41 78 408 05 79



Küsnacht:

Picstars AG

Seestrasse 39

CH-8700 Küsnacht

Berlin:

Picstars Deutschland GmbH

Fasanenstraße 42

D-10719 Berlin