

L'INFLUENCE

Levier media le plus complet
d'après 50 professionnels du
marketing digital



L'INFLUENCE : LE LEVIER MEDIA LE PLUS COMPLET D'APRÈS 50 PROFESSIONNELS DU MARKETING DIGITAL

Vous vous êtes déjà posés la question : quel est le meilleur des media pour développer ma notoriété, augmenter mes ventes, développer ma marque... ? Et bien on a posé la question à une cinquantaine de décideurs du marketing digital dans une étude menée en mai 2022 pour recueillir leur avis. L'influence marketing qui a aujourd'hui un peu plus de 10 ans est devenu un media clé des dispositifs de communication. Et voici les résultats objectif par objectif. Bonne découverte !

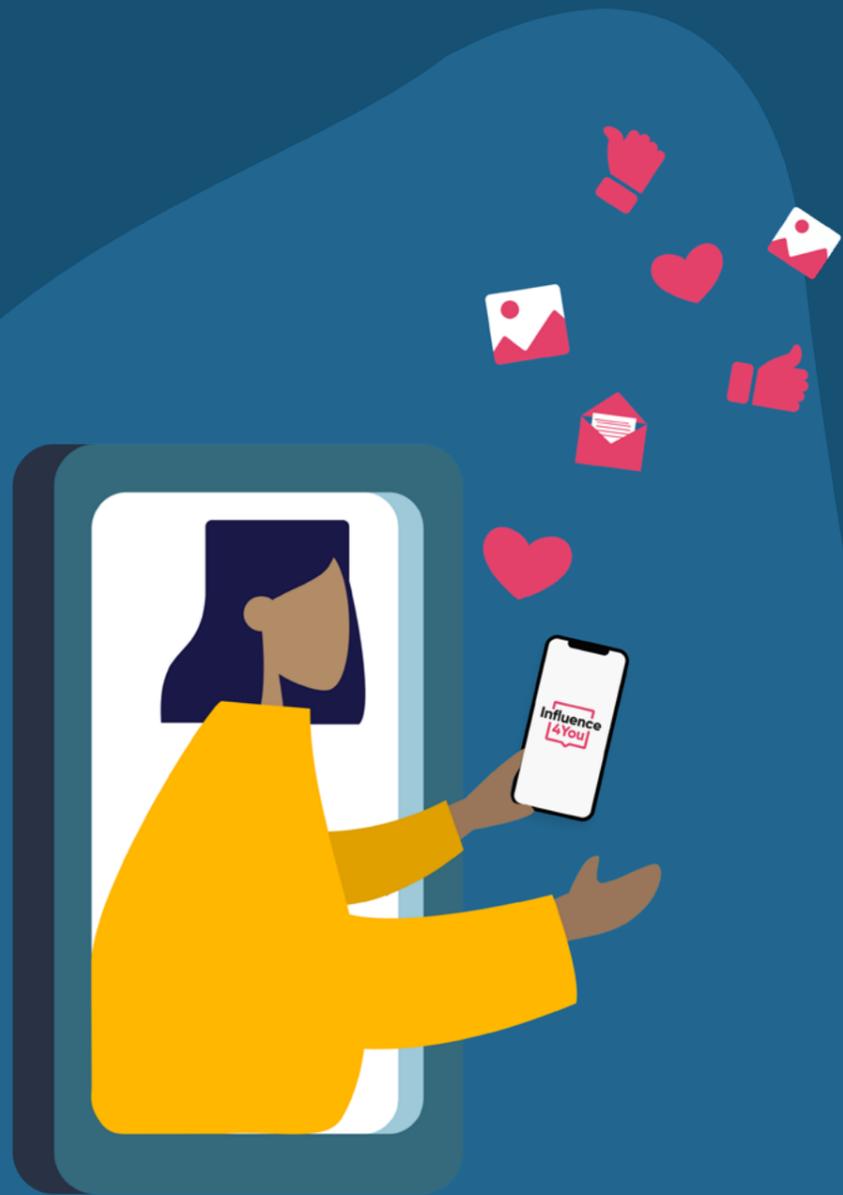
En synthèse : l'influence est le media le mieux classé par les professionnels du marketing digital
Classement des leviers les plus performants au regard de 11 objectifs de communication (notoriété, ventes, ciblage, fidélisation, ...)

- 1 Influence marketing
- 2 Social ads
- 3 SEO
- 4 SEM
- 5 Mail d'acquisition
- 6 Mail fidélisation
- 7 Relations Presse
- 8 Bannières
- 9 Native ads
- 10 Presse
- 11 Radio
- 12 Affiliation
- 13 Télévision
- 14 Affichage

EN ANALYSE PLUS DÉTAILLÉE DE L'ÉTUDE, OBJECTIF PAR OBJECTIF

CLASSEMENT DES MÉDIAS	Influence	Social ads	SEO	SEM	e-mail acquisition	e-mail fidélisation	RP	Bannières	Native Ads	Presse	Radio	Affiliation	TV	Affichage
Objectifs visés														
Développer la notoriété	2	3	12	10	9	13	4	8	11	5	7	13	1	5
Toucher des cibles thématiques	3	4	7	1	5	13	5	9	8	2	10	11	12	14
Rajeunir sa cible	1	2	10	3	7	14	9	4	5	11	6	12	13	8
Toucher des nouvelles cibles régionales	11	2	10	7	3	13	7	6	9	5	3	13	12	1
Toucher des cibles B to B	9	8	1	2	4	12	3	7	6	5	10	14	11	13
Expliquer son produit / service en détail	2	5	1	12	3	9	4	8	6	7	10	13	11	14
Développer la love brand	1	5	8	12	10	2	3	13	7	6	11	14	4	9
Augmenter sa communauté	1	3	4	11	5	2	7	11	8	13	10	8	6	13
Générer du trafic vers son site	6	4	3	1	4	2	13	10	8	11	11	7	8	14
Vendre	7	5	1	2	6	2	14	8	9	13	11	4	10	12
Fidéliser	3	2	5	5	13	1	10	8	12	10	4	9	7	13
Mise en place opérationnelle														
Avoir un budget de départ faible	7	5	2	3	10	1	6	3	9	12	11	8	13	13
Probabilité d'atteindre ses objectifs	6	3	10	1	7	5	14	4	8	13	11	2	9	12
Classement total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

* Etude menée entre mai et juin 2022 auprès d'une cinquantaine de directeurs et responsables marketing digitaux, journalistes et influenceurs du marketing, responsables d'agences



LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

D'après les répondants, l'influence marketing est un media particulièrement performant sur 6 objectifs de communication :

- Développer sa notoriété
- Toucher des cibles thématiques précises
- Toucher des cibles jeunes
- Expliquer son produit en détail
- Développer sa love brand
- Augmenter sa communauté

Vendre ou générer du trafic sont aussi des objectifs que l'influence marketing peut aider à atteindre, mais dans une moindre mesure que des leviers plus « fin de parcours » comme le SEO, le SEM ou l'email marketing.

« Depuis 10 ans, l'influence a su devenir un levier essentiel des directeurs marketing / communication, car c'est un media complet qui permet de faire de la notoriété, du love brand et de toucher des cibles qui ne consultent plus les autres media. Maintenant, dire que l'influence marketing est aujourd'hui le media le plus complet (dans le sens où il permet de toucher le plus d'objectifs de communication), cela ne signifie pas qu'il est le meilleur media pour TOUS les objectifs. En effet, l'affichage reste à privilégier pour faire de la communication locale. L'e-mail marketing, le SEO ou SEM pour développer les ventes par exemple.

Notre conseil est simple : vous devez intégrer l'influence marketing à quasiment tous vos dispositifs de communication et le coupler à d'autres media.

Par exemple, il est assez complémentaire avec les social ads, les native ads ou le SEO. Et cette complémentarité avec les autres leviers (comme par exemple le fait qu'il permette de créer des contenus) est aussi l'une de ses forces » déclare Stéphane BOUILLET, fondateur d'Influence4You.

Stefano Incollingo (Head of Influencer Marketing @Wargaming) ajoute : "L'influence est devenue un levier incontournable dans le marketing mix, car elle allie notoriété et performance. L'effet de longue traîne permet d'inscrire une marque et ses produits sur la durée notamment grâce aux activations en dur qui continuent d'offrir des résultats plusieurs années après leur publication, d'où l'intérêt de tracker et monitorer les performances sur le long terme. Ces activations ont par ailleurs un impact sur les résultats du SEO et le trafic organique."

Analysons maintenant le détail de ces leviers selon les objectifs de communication.

LES MEILLEURS LEVIERS POUR DÉVELOPPER SA NOTORIÉTÉ

La télévision reste un levier puissant dans l'esprit des répondants, mais l'audience bascule de plus en plus vers les réseaux sociaux. Aussi, l'influence et les social ads sont devenus des média clés dans le développement de la notoriété pour les marques en particulier pour les moins de 35 ans qui ne regardent plus la télévision ou ne lisent plus la presse.

« Depuis maintenant plus de 10 ans, le marketing d'influence est un magnifique levier pour gagner en visibilité. En s'associant à des créateurs de contenu avec une solide communauté, les marques s'assurent une belle notoriété, surtout lorsque les contenus imaginés pour la collaboration sont innovants. Les réseaux sociaux vont continuer à nous prouver que l'influence est un magnifique outil pour nos prochaines stratégies! »

Myriam Roche,
Les Gens d'Internet



Leviers plebiscités pour améliorer la notoriété

- 1 Télévision
- 2 Influence marketing
- 3 Social Ads
- 4 Relations Presse
- 5 Presse & Affichage



LES MEILLEURS LEVIERS POUR TOUCHER DES CIBLES THÉMATIQUES PRÉCISES

Le ciblage par mots clés permet aux annonceurs d'être ultra-précis dans l'intention consommateur. Vient en seconde position la presse – de part la thématisation des titres – et l'influence en troisième – grâce à la segmentation affinitaire et éditoriale des influenceurs. Ce sont des leviers très intéressants pour des annonceurs qui cherchent des catégories précises d'audience. Même chose pour les social ads qui permettent de définir un ciblage par centres d'intérêt.

LES MEILLEURS LEVIERS POUR RAJEUNIR SA CIBLE

On assiste à une formidable bascule media sur les populations de moins de 35 ans. Il y a 5 ans, YouTube était roi. Puis Instagram. Aujourd'hui les jeunes et jeunes actifs sont sur TikTok voire Twitch pour certains. Bref, pour toucher les générations Y et Z – ces faiseurs de tendances – , il est impératif de faire de l'influence marketing et de le compléter avec des social ads et des campagnes ciblées de SEM (avec les bonnes tranches d'âges).

Les meilleurs leviers pour toucher des cibles thématiques précises

- 1 SEM
- 2 Relations Presse
- 3 Influence marketing
- 4 Social Ads

Leviers plebiscités pour rajeunir sa cible

- 1 Influence marketing
- 2 Social Ads
- 3 SEM

LES MEILLEURS LEVIERS POUR ACQUÉRIR DES CLIENTS LOCALEMENT

Vous cherchez à promouvoir un magasin, un restaurant, une région ? L'affichage et la radio sont les media traditionnels les plus efficaces d'après les répondants. Sur le digital, privilégiez les social ads ou les campagnes d'acquisition géolocalisées (mail ou SMS).

“ L'affichage extérieur reste le média local le plus connu du grand public car visible de tous même s'il doit faire face aux différents règlements locaux de la publicité et encore plus avec la loi Climat. Les social Ads restent une valeur sûre avec des budgets accessibles, un reach très important et un ROI très intéressant pour les annonceurs. La radio demeure un média très efficace mais son positionnement tarifaire ne lui permet pas pour autant de répondre à tous les budgets. L'email et le SMS restent un très bon moyen de recruter de nouveaux clients au niveau local peu importe les budgets investis. Ce qu'il faut néanmoins retenir avant toute chose c'est la complémentarité des media à l'échelle locale, en effet une campagne d'affichage locale couplée à une campagne SMS géo ciblée est très efficace dans une optique drive to store par exemple.”

Flavien CHARLES
DG & Partner chez WELLPACK



Les meilleurs leviers pour acquérir des clients localement

- 1 Affichage
- 2 Social Ads
- 3 Radio et mails d'acquisition ciblés



LES MEILLEURS LEVIERS POUR TOUCHER DES CIBLES EN B TO B

Vos clients sont des professionnels ? Les répondants privilégient le SEO (donc des stratégies de création de contenus) puis le SEM en termes de leviers marketing. Le but est d'atteindre le professionnel qui recherche un prestataire sur Google. La partie RP, de son côté, permet d'asseoir la légitimité et faire du "top of mind" dans les media reconnus par la profession. L'email quant à lui, permet de faire le lien avec les outils de prospection et CRM. A noter que l'influence B to B est un levier finalement assez moyennement mis en avant par les répondants.

LES MEILLEURS LEVIERS POUR EXPLIQUER SON PRODUIT / SERVICE EN DÉTAIL

Pour présenter son offre en détail il faut un espace. Les répondants pensent que le SEO – qui permet de présenter son service directement sur son site en maîtrisant le contenu – est le meilleur levier pour cela. L'influence marketing – à travers des influenceurs briefés qui parlent le même langage que leur audience et ont un fort pouvoir de prescription et d'explication – est aussi plébiscitée. Enfin, le mail d'acquisition est un levier intéressant car il permet une communication assez longue et claire sur des fichiers qualifiés.



Les meilleurs leviers pour toucher des cibles en B to B

- 1 SEO
- 2 SEM
- 3 Relations Presse sur B to B
- 4 Email d'acquisition

Les meilleurs leviers pour expliquer son produit / service en détail

- 1 SEO
- 2 Influence marketing
- 3 Mail d'acquisition



LES MEILLEURS LEVIERS POUR DÉVELOPPER LA LOVE BRAND

Aujourd'hui, la marque est un capital essentiel. Les DNVB l'ont vite compris en essayant de développer une relation directe avec leurs consommateurs. Le développement de la love brand est aujourd'hui un objectif clé des directeurs marketing et communication. L'influence est considérée comme le meilleur levier pour développer la love brand. Le pouvoir de recommandation des influenceurs (comme celui des journalistes à travers les RP) permet d'accroître le sentiment d'appartenance à une communauté. Mon influenceur me recommande ce produit / service. Comme j'aime cet influenceur, indirectement j'aime ce produit qu'il me recommande car je sais qu'il ne me recommanderait pas un produit dans lequel il

ne croit pas. Bien entendu ce phénomène (que l'on a théorisé sous le nom de « Best Friend Effect ») ne fonctionne qu'avec des influenceurs qui ont créé progressivement une communauté sur les réseaux sociaux. Cette notation ne serait sans doute pas la même avec les pseudo-influenceurs issus de la télé-réalité.

A noter que les répondants ont aussi mis en avant le mail fidélisation comme un levier de développement du love brand. Bien entendu il passe par la définition d'un ton propre à la marque (le copy-writing, les règles éditoriales, ainsi que les segmentations précises de bases email).

“*Nous sommes tous des consommateurs et nous sommes de plus en plus exigeants dans nos attentes envers les marques et l'influence a une part importante dans cette relation marque-consommateur. L'influenceur contribue à la découverte de la marque, de ses services et produits, et surtout crée de la confiance envers celle-ci. C'est de surcroît une stratégie proche du consommateur. En effet, grâce aux conversations qu'il va générer, l'influenceur est un véritable atout des stratégies de social listening. Ecouter, comprendre les attentes des audiences va permettre à la marque d'être proactive pour anticiper les besoins consommateurs et être encore plus proche de lui.*”

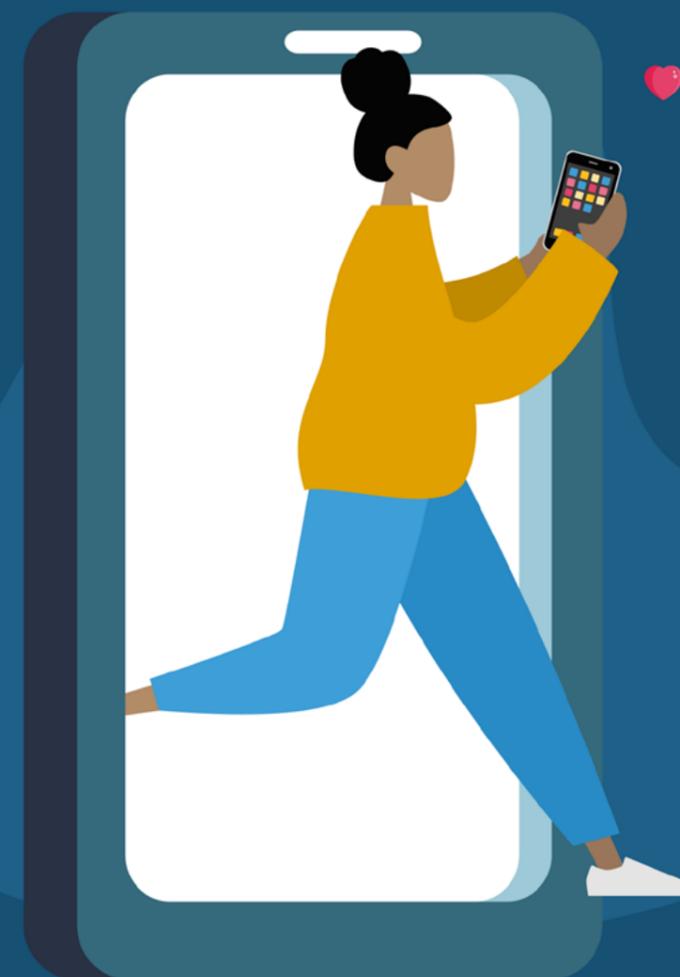
Céline Beckrich

Consultante stratégie-formation Réseaux sociaux et retail



Les meilleurs leviers pour développer la love brand

- 1 Influence marketing
- 2 Mail fidélisation
- 3 Relations Presse



LES MEILLEURS LEVIERS POUR DÉVELOPPER SA COMMUNAUTÉ

Au-delà d'avoir une vraie stratégie sociale de Community management, la question est « comment développer une vraie communauté sur les réseaux sociaux et en dehors ? ».

Les media traditionnels sont à la traîne ici. L'influence marketing étant le media le plus intéressant pour aller acquérir de nouveaux vrais fans. On entre dans une mécanique d'aspiration positive de la communauté : « je trouve un influenceur dont la communauté correspond à ma marque. Il en fait la promotion et incite sa communauté à devenir membre de la communauté de ma marque. Je la développe avec un community management (et je peux même éventuellement mettre en avant les influenceurs qui ont parlé de ma marque) ». D'ailleurs, notre étude sur les DNVB a montré que le cocktail gagnant de développement de la love brand et de la communauté est une stratégie suivie et poussée de community management et d'influence marketing. En développant leur communauté, les DNVB peuvent s'affranchir de la distribution et avoir un modèle économique à très fortes marges..

Le mail de fidélisation personnalisé apparaît aussi comme un levier intéressant de développement de la communauté car il est considéré comme un canal complémentaire au community management.

Les social ads enfin sont mentionnées comme levier de développement de communauté, car elles permettent de toucher de façon précise des cibles présentes sur les réseaux sociaux en rapport avec la marque.

LES MEILLEURS LEVIERS POUR GÉNÉRER DU TRAFIC VERS SON SITE

On a beau avoir développé une marque formidable, une communauté extraordinaire, expliqué les avantages de son offre... Il reste quand même à toucher des acheteurs au bon moment ! Le SEM est clairement un levier de dernier clic pour l'achat et donc naturellement un levier de génération de trafic... (qu'il faudra espérer transformer). Maintenant les répondants ont mentionné le mail de fidélisation comme levier clé pour faire des visites. Cela veut donc dire que la constitution d'une base email fidèle est clé d'après eux. Le SEO étant cité (que) en 3ème position. Générateur de trafic, son caractère plus aléatoire et complexe, a été sans doute défavorable auprès des répondants (même s'il est dans le top 3).

Enfin, les mails d'acquisition et les social ads (qui sont des leviers plus « customer oriented » que « buying context oriented ») viennent compléter ce top 5 des leviers générateurs de trafic. A noter que l'influence arrive en 6ème position.

Les meilleurs leviers pour développer sa communauté

- 1 Influence marketing
- 2 Mail de fidélisation
- 3 Social Ads



Les meilleurs leviers pour générer du trafic vers son site

- 1 SEM
- 2 Mail de fidélisation
- 3 SEO
- 4 Mail d'acquisition / Social Ads

LES MEILLEURS LEVIERS POUR FIDÉLISER

Bien entendu le mail de fidélisation est cité comme le principal levier pour fidéliser sa clientèle. Pour autant, il faut aussi pousser des contenus intéressants et des offres personnalisées pour que cela soit efficace. Les social ads (grâce notamment à la puissance du retargeting) arrivent comme second levier. L'influence marketing se positionne très bien aussi. Sans doute dû au fait que de voir un influenceur parler de ses marques préférées a un très gros impact sur la fidélisation et la ré-assurance (la notion de faire partie d'une même communauté est importante – comme évoqué dans le Best Friend Effect ci-dessus). Étonnamment la radio se positionne en 4. La proximité de la voix a sans doute aussi un effet estimé fidélisant par les répondants...

LES MEILLEURS LEVIERS POUR VENDRE

Le SEO est privilégié par les répondants pour développer les ventes. Dans la tête du consommateur : si le site remonte dans Google, c'est qu'il est fiable sur cette requête. Ainsi, et au-delà de faire du trafic, Google se positionne comme un facteur de légitimation des ventes... et par conséquent joue aussi sur le taux de transformation.

Le SEM – étant à la fin du parcours d'achat et permettant un tracking fin et rassurant des performances – est le second levier cité. Au même niveau que le mail de fidélisation (d'où l'importance du nurturing et du CRM). Enfin l'affiliation est citée comme un levier efficace car dispose d'un modèle économique directement proportionnel aux ventes.

Les meilleurs leviers pour fidéliser

- 1 Le mail de fidélisation
- 2 Les social ads
- 3 L'influence marketing
- 4 La radio



BONUS

Les meilleurs leviers pour vendre

- 1 SEO
- 2 SEM
- 3 Mail de fidélisation
- 4 Affiliation

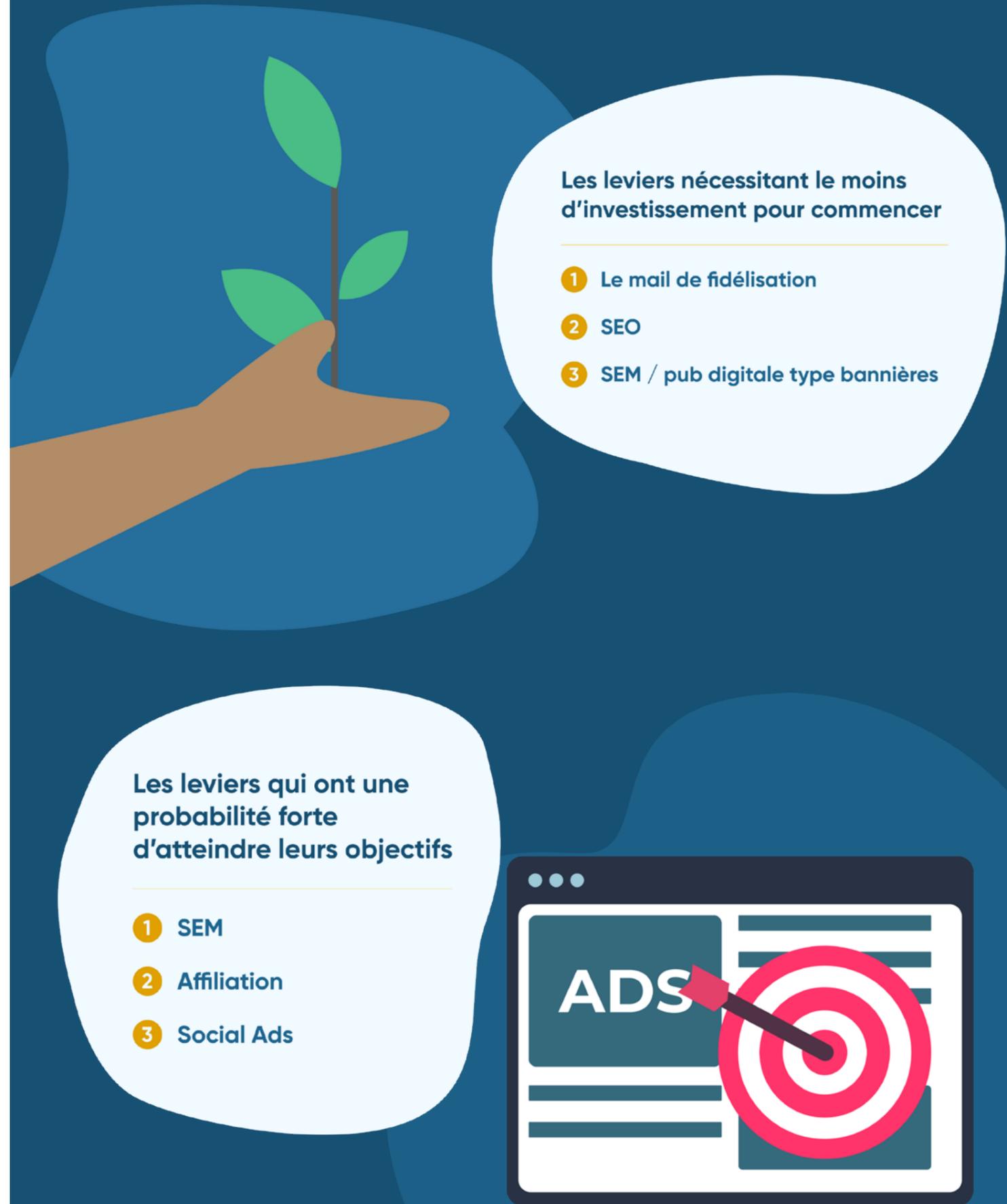


LES LEVIERS NÉCESSITANT LE MOINS D'INVESTISSEMENT POUR COMMENCER

De façon attendue, envoyer des emails à ses clients ne coûte quasiment rien et est le levier de base qui doit être mis en place par tout annonceur qui se lance. Le SEO ne nécessite que de l'huile de coude mais les résultats sont très aléatoires (classé parmi les derniers leviers en termes de probabilité d'atteindre des résultats). Le SEM et la pub digitale peuvent être à privilégier dans une démarche de "test & learn" avec des budgets maîtrisés.

LES LEVIERS QUI ONT UNE PROBABILITÉ FORTE D'ATTEINDRE LEURS OBJECTIFS

Les leviers basés sur des logiques algorithmiques et de tracking sont plébiscités car ils sont rassurants au moins sur le papier. Après, ce critère est très dépendant des objectifs fixés. L'affiliation par exemple n'aura quasiment aucun impact sur le développement de la notoriété ou de la love brand. Ce classement ne porte donc que sur des objectifs liés au levier de communication. A noter que l'influence marketing se hisse à la 6ème place (devant tous les media traditionnels) ce qui montre une relative maîtrise des résultats obtenus face aux objectifs attendus.



EN CONCLUSION

L'influence marketing est donc étonnamment le média le plus complet parmi ceux étudiés et sur les 11 objectifs proposés, devant la télévision ou le SEO ou SEM. Il est même dans le top 3 des réponses sur 7 critères, même s'il faut cependant observer cette excellente performance à l'aune de chacun des objectifs.

Ce média a donc su s'imposer en seulement 10 ans comme un levier incontournable des stratégies de marketing / communication auprès des décideurs du digital.



Influence **4You**

Influence
you'll **like**



www.influence4you.com

01 80 88 41 21