

TERRITORY — INFLUENCE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le nouveau guide de l'agence TERRITORY Influence présente les différents types d'influenceurs (nano, micro, macro, star) et les avantages à travailler avec eux, permettant aux marques de prendre des décisions éclairées sur leur stratégie de marketing d'influence.

PARIS, 7 juillet 2023 - L'agence de marketing d'influence TERRITORY Influence, spécialisée dans la mise en relation des marques avec des influenceurs à différentes échelles de popularité, a élaboré un guide sur les différentes catégories d'influenceurs. Grâce à ces informations, les marques peuvent mieux comprendre les avantages de travailler avec différents types d'influenceurs, tels que les nano, micro, macro et stars.

Le guide présente les informations suivantes :

Les nano influenceurs (moins de 1 000 abonnés) :

Les campagnes impliquant la communauté des nano influenceurs peuvent générer un gros volume de contenus authentiques générés par les utilisateurs (UGC) pour les marques. Les images, vidéos et commentaires créés par les nano influenceurs peuvent être réutilisés par la marque sur ses propres canaux : réseaux sociaux, site web et e-commerce.

Les micro influenceurs (1 000 à 100K abonnés) :

Les micro influenceurs sont souvent spécialisés dans des domaines spécifiques, ce qui permet aux marques d'atteindre leur public idéal et de générer un engagement significatif. Les recommandations des micro influenceurs sont considérées comme plus authentiques et dignes de confiance. En outre, ils génèrent des taux d'engagement plus élevés, ce qui se traduit par un plus grand engagement des consommateurs vis-à-vis de leur contenu.

Les macro influenceurs (Plus de 100K abonnés) :

Les macro influenceurs ont un public large et diversifié, les marques peuvent atteindre de vastes audiences et avoir une portée significative. Travailler avec un macro influenceur peut être bénéfique pour les marques en tirant parti de la forte marque personnelle et de la réputation de l'influenceur. Aussi, les macro influenceurs disposent souvent d'une équipe qui les aide à gérer leurs campagnes.

Les influenceurs stars (Jusqu'à plusieurs millions d'abonnés) :

Les influenceurs stars ont une très grande communauté, ce qui signifie qu'ils peuvent atteindre une très large audience et augmenter la visibilité des marques. Ils sont souvent des célébrités, jouissant d'une grande notoriété et d'une grande influence. Leurs recommandations peuvent contribuer à renforcer l'image et la crédibilité d'une marque, ainsi que l'accès à de meilleurs outils, lieux et ressources pour créer un contenu de qualité.

Le guide met également en lumière les synergies qui découlent de la collaboration avec ces différents types d'influenceurs. Il valorise le mix d'influenceurs pour atteindre une plus grande portée et obtenir une plus grande exposition en touchant des publics divers. Collaborer avec des influenceurs de différentes catégories permet également de mieux s'adapter à des segments spécifiques du public ciblé.

Pour finir, le guide souligne la flexibilité et la créativité qu'apporte la collaboration avec les influenceurs. Chaque influenceur apporte sa propre perspective et son propre style à la campagne, ce qui permet de créer des contenus et des formats uniques sur toutes les plateformes.

Pour plus d'informations, [consultez le guide](#)

A propos de TERRITORY Influence

TERRITORY Influence est l'un des principaux partenaires de marketing d'influence 360 en Europe avec +5M d'influenceurs enregistrés sur sa propre plateforme. Faisant partie du groupe Bertelsmann et de son expérience depuis 2006, l'agence a exécuté +4 500 campagnes à travers 20 pays. Sa mission première est de placer l'humain au cœur de chaque stratégie marketing en offrant toujours la meilleure sélection d'influenceurs (nano, micro, macro et stars), de canaux (en ligne et hors ligne) et de technologies (solutions communautaires et en marque blanche). Avec la capacité de générer un impact commercial réel, TERRITORY Influence ne se limite pas à un concept ou à une industrie spécifique. Parmi ses clients notables figurent L'OREAL, Carrefour, Nestlé, Beiersdorf, Philips, entre autres....

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Justine LAILLER, Responsable Marketing France
lailier.justine@territory.group
06 11 52 67 12