

TERRITORY — INFLUENCE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Découvrez le nouveau guide 'Maîtriser l'influence marketing dans l'industrie de la beauté ».

PARIS, 15 octobre 2024 - L'agence TERRITORY Influence a publié un nouveau guide intitulé « Maîtriser l'influence marketing dans l'industrie de la beauté », qui présente une analyse approfondie des tendances et des défis du secteur et des conseils pratiques pour construire des stratégies marketing impactantes.

Redéfinir les standards de beauté sur TikTok

Selon l'étude TERRITORY Influence, 74 % des utilisateurs de TikTok reconnaissent que les contenus présents sur la plateforme ont changé leur perception de la beauté. Ce résultat souligne l'importance de TikTok dans la promotion de la diversité et de l'inclusion dans l'industrie de la beauté. En tant que l'une des plateformes à la croissance la plus rapide, elle joue un rôle crucial dans la formation des opinions et des comportements des consommateurs.

L'impact des recommandations sur les décisions d'achat

Le guide révèle que plus de la moitié des utilisateurs européens de TikTok sont plus enclins à essayer des produits populaires sur la plateforme. De plus, 65 % des utilisateurs sont désireux de tester de nouveaux produits recommandés par des personnes de confiance sur les réseaux sociaux. Ces données prouvent l'importance des recommandations personnalisées dans le processus d'achat et le rôle significatif des réseaux sociaux dans les décisions des consommateurs.

L'importance de l'authenticité

L'étude montre que 79 % des consommateurs estiment que les marques cosmétiques doivent partager des contenus authentiques reflétant la diversité des consommateurs. Ces derniers attendent des contenus qui ne se contentent pas de divertir, mais qui éduquent et motivent aussi. L'authenticité et la transparence deviennent des valeurs clés que les marques doivent intégrer dans leur stratégie de communication.

Les réseaux sociaux en tant qu'intermédiaires entre marques et consommateurs

Les réseaux sociaux jouent un rôle important en tant qu'intermédiaires entre les marques et les consommateurs, permettant un dialogue ouvert et la collecte de retours d'expérience. Les entreprises qui répondent activement aux demandes des clients et participent aux discussions sur des sujets tels que la durabilité et la responsabilité ont une meilleure compréhension des besoins de leurs consommateurs. Cette écoute active et le suivi des comportements des consommateurs permettent aux entreprises d'identifier des opportunités d'amélioration et de développement de produits.

[Téléchargez le guide complet](#)

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 Lailier, Marketing Manager

lailier.justine@territory.group

06 11 52 67 12