

Influenceur/-euse digital/e

influencer, photographeur, filmer, faire de la publicité, commercialiser

Le marketing d'influence est une nouvelle forme de marketing qui s'exerce dans les médias sociaux. Le verbe "to influence" signifie "influencer". Les influenceurs et influenceuses sont donc des personnes qui influencent les autres. Ils se présentent et présentent leurs pensées dans des photos, des vidéos, des articles de blog ou des sessions en direct dans les médias numériques ou les réseaux sociaux, comme Instagram, Facebook ou TikTok. Souvent, ils se spécialisent dans un domaine particulier, comme la mode, le fitness ou les voyages.

Les influenceurs et influenceuses qui réussissent possèdent une grande portée auprès de leur public cible. Par leur apparence, leur comportement et leurs préférences, ils agissent sur les valeurs et le comportement de consommation de leurs followers. Ils gagnent leur vie en utilisant leur influence pour promouvoir de manière ciblée les produits des

entreprises avec lesquelles ils collaborent à des fins de marketing et de communication. Cela peut se faire par exemple en publiant une image ou en mentionnant le produit dans une vidéo.

Le montant des revenus générés par le marketing d'influence dépend fortement du nombre de followers et du nombre de likes et/ou de vues que les influenceurs obtiennent. Certains influenceurs et influenceuses gagnent en outre de l'argent en commercialisant leurs propres produits, par exemple en offrant des marchandises à leurs fans. Au fur et à mesure que leur portée et leur notoriété augmentent, les influenceurs sont souvent invités à des événements où ils sont payés pour se produire, afin d'attirer le public et de remplir les salons et les salles de congrès. Les influenceurs et influenceuses qui réussissent se font souvent encadrer et soutenir par des agences professionnelles.



Quoi et pourquoi?

- ▶ Afin que l'influenceur puisse établir, maintenir et développer une forte présence sur Internet, il fait la promotion de différents produits sur son propre blog ou dans des vidéos Youtube.
- ▶ Afin que ses posts séduisent la communauté, l'influenceur organise des séances photo / vidéo et retravaille les prises de vue, par exemple en les retouchant ou en les montant en vidéo.
- ▶ Afin que la publicité de l'influenceuse atteigne de nombreux futurs acheteurs, elle s'efforce toujours d'élargir son nombre de followers ou sa communauté.
- ▶ Afin de paraître sympathique, proche et "vraie", l'influenceuse communique régulièrement avec ses fans et réagit en temps réel à leurs commentaires.

Les faits

Admission Des connaissances approfondies en marketing et une expérience dans le domaine du contenu sont un avantage. La familiarité avec les différents médias sociaux et la créativité sont indispensables.

Formation Jusqu'à présent, il n'existe pas de formation professionnelle reconnue. En Suisse, il n'existe que des offres de cours privés.

Les aspects positifs Grâce à leur réputation, leur portée et leur réseau, les influenceurs et influenceuses améliorent la réputation d'une marque, font connaître des produits ou les aident à percer plus rapidement. Ils vivent avec leur temps et connaissent les tendances actuelles et les événements mondiaux. Ils sont particulièrement appréciés par leur jeune public, qui les vénère parfois.

Les aspects négatifs Cependant, être influenceur signifie également que l'on expose toute sa vie au public et que l'on doit être présent presque 24 heures sur 24. Il n'y a donc plus de séparation claire entre le travail et la vie privée, c'est pourquoi les influenceurs doivent être très résistants au stress à long terme.

Bon à savoir Le marketing d'influence n'est pas une activité professionnelle qui remplace une formation régulière. De nombreux influenceurs et influenceuses exercent une activité d'influenceur indépendante à temps partiel. Mais rares sont ceux qui peuvent en vivre. Ceux-ci ont souvent acquis un statut de notoriété élevé dans le monde analogique (par leur profession régulière ou leur activité de loisirs).

Profil requis

	avantageux	important	très important
attitude confiante, confiance en soi	■		
capacité de communiquer	■	■	
conscience des modes	■	■	
intérêt pour le marketing	■	■	■
orientation client, empathie	■		
sens des couleurs, sens de la forme	■	■	
talents organisationnels	■	■	
talents pour la conception, créativité	■	■	■
volonté de faire un effort, initiative	■		
volonté d'innover	■		

Plans de carrière

↑	Bachelor of Science (HES) en administration des affaires ou en management international, Bachelor of Arts (HES) in communication et médias
↑	Economiste d'entreprise ES (diplôme fédéral)
↑	Chef/fe de marketing DF, chef/fe de vente DF, responsable de la communication DF (diplôme fédéral)
↑	Spécialiste en marketing BF, spécialiste de vente BF, spécialiste en communication BF, spécialiste en relations publiques BF (brevet fédéral)
↑	Assistant/e en marketing
↑	Influenceur/-euse digital/e
↑	Connaissances en marketing et expérience dans le domaine du contenu (voir admission)