

ACADÉMIE DU JEUDI

# STRATÉGIE INFLUENCEURS & TOURISME

Agence Initiale x OT Saint-Émilion



# AGENCE INITIALE

*L'Agence Initiale milite, éduque et mobilise autour de la transition écologique et sociétale, par le levier des relations presse et de l'influence.*



## MATHILDE BEAU

Consultante en relations  
presse & influence



## ARTHUR LAUTREY

Assistant attaché de presse  
et social media manager

### ACCOMPAGNEMENT

des entreprises et institutions  
engagées sur le plan sociétal ou  
écologique

### 4 DOMAINES

santé/alimentation, logement,  
éducation/formation et culture

### INTERET GENERAL

54% d'organisations  
à but non lucratif

### 1% FOR THE PLANET

Membre du collectif  
1% for the Planet

**Qui a déjà travaillé avec  
des influenceurs ?**

# **INFLUENCEUR, INFLUENCEUSE**

*nom commun*

Personne qui influence l'opinion, la consommation par son audience sur les réseaux sociaux.

– Dictionnaire Le Robert

**1/4**

de la population a effectué un  
achat sur la base d'une  
recommandation d'un  
influenceur

# IMPACT INFLUENCE

Etude Kantar de 2020

**44%**

Pour la génération Z

*Initiale*  
INFLUENCE POSITIVE

Comment  
les  
contacter ?



## **AGENCE SPECIALISÉE**

Agence de relations presse & Influence

## **AGENT D'INFLUENCEUR**

Gestion des contrats de l'influenceur

## **VOUS-MÊME**

Sur les réseaux sociaux

## SECTEUR

VOYAGE

VIN

LIFESTYLE

GASTRONOMIE

SPORT

...

## QUI ?

### TAILLE

**NANO**

-10K

**MICRO**

10-100K

**MACRO**

+100K

**TOP**

+500K

## PLATEFORME

INSTAGRAM

TIKTOK

BLOG

YOUTUBE

LINKEDIN

TWITCH

...

# QUEL BESOIN ?

**ABONNÉS  
RÉSEAUX SOCIAUX**

**AUGMENTER  
VENTES**

**VISIBILITÉ SITE  
WEB**

**IMAGE DE  
L'ENTREPRISE**

**DES PHOTOS ET  
VIDEOS DE QUALITÉ**



**INVITATION**



**CO-CRÉATION**



**AMBASSADEUR**



**CADEAU**



**CONTENU  
SPONSORISÉ**



**JEU  
CONCOURS**

**1 BESOIN**

**1 ACTION**

# Un pari gagnant-gagnant



# TIPS

Pour une stratégie réussie



## Fixer les attentes

Etablir un contrat et fixer ensemble le résultat attendu pour éviter les mauvaises surprises + pouvoir bien mesurer l'impact de la campagne



## Ecouter l'influenceur

Ecouter les recommandations de l'influenceur qui connaît mieux que personne son contenu et sa communauté



## Stratégie globale

Avoir une stratégie globale pour lancer une campagne d'influence, notamment du social media et des RP de qualité.



## **INFLUENCE RESPONSABLE**

### **#PAYETONINFLUENCE**

*Quid de l'impact écologique du marketing d'influence ?*

### **PHÉNOMÈNE DE DÉSINFLUENCE**

*Dissuader l'acte d'achat par des prises de positions fortes (le cas Enjoy Phoenix)*

### **LES INFLUENCEURS AU COEUR D'UNE ENQUÊTE SUR FRANCE 2**

*Accusations d'escroquerie et de dropshipping*

### **L'APPROCHE DE L'ARPP**

*Précurseur sur la transparence et créateur d'un certificat*

# Evolution de l'influence



**Légalité**



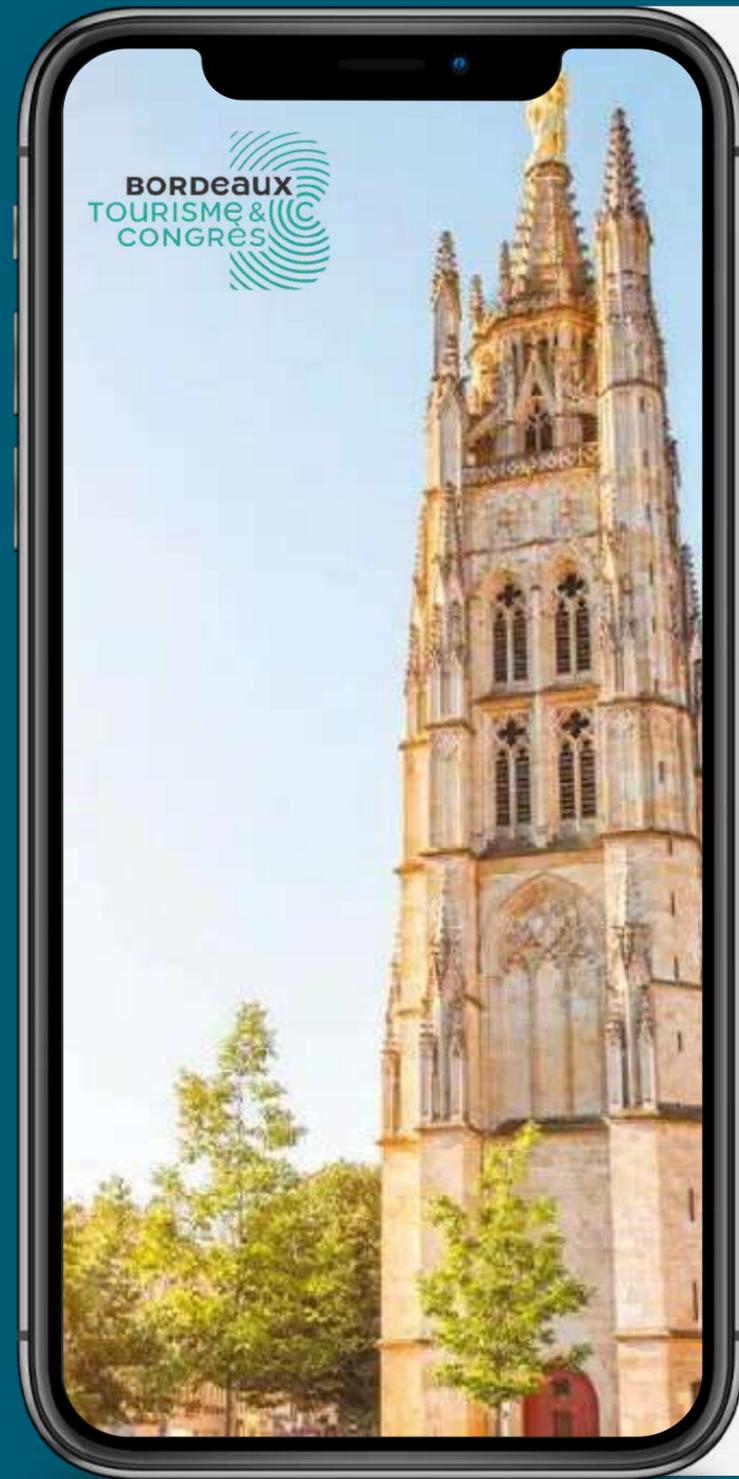
**Confiance/crédibilité**



**Responsabilité**



**Consommation  
raisonnée**



## Lancement d'une carte Ambassadeur

- Promouvoir le territoire bordelais
- Accès gratuit à de nombreux sites culturels de la région
- Créer des “porte-parole” de l'attractivité touristique auprès des familles, amis..
- Cap sur le tourisme de proximité !

# EXEMPLE DE CAMPAGNE

1

## OBJECTIF

Des influenceurs  
comme  
ambassadeurs d'un  
tourisme durable en  
France

2

## STRATÉGIE

Développer la  
notoriété de la  
maison d'hôte

3

## FORMAT

Invitation à venir  
passer une nuit

4

## CONTENUS

Post et stories

5

## ANALYSE

Statistiques des  
influenceurs

# QUE RETENIR

en priorité



## Une relation gagnant-gagnant

Le marketing d'influence améliore l'image de marque ou de l'entreprise. Il faut donner envie à l'influenceur, lui faire vivre une réelle expérience



## Prendre en compte les enjeux environnementaux

Lumière sur la mobilité durable et le slow tourisme !



## Une stratégie de communication globale

Aligner les objectifs avec chaque axe de communication pour que le storytelling soit cohérent

**Un influenceur n'est pas  
un prestataire mais un  
partenaire.**

---



**Merci!**  
*des questions ?*