

L'Hypercroissance des médias sociaux : Comment capitaliser sur les opportunités d'affaires grâce à TikTok, Instagram et le marketing d'influence ?

PRÉSENTÉ PAR JÉRÉMY GRANDMONT



Qui suis-je ? Mon parcours



- Gradué HEC Montréal 2018
 - Travaillé en création de contenu avec de grandes marques comme Budweiser sur le campus universitaire
- Agent d'influenceurs, chez Productions J depuis 2020
 - Gestion et coordination d'une centaine de campagnes d'influences
- Gradué de Promédia en Télévision en 2021
- Oeuvre à mon compte en conseil et idéation de contenu sur les médias sociaux.
- Passionné de TikTok, Instagram et tout ce qui touche à la création ce contenu différent, innovateur et porteur de sens.

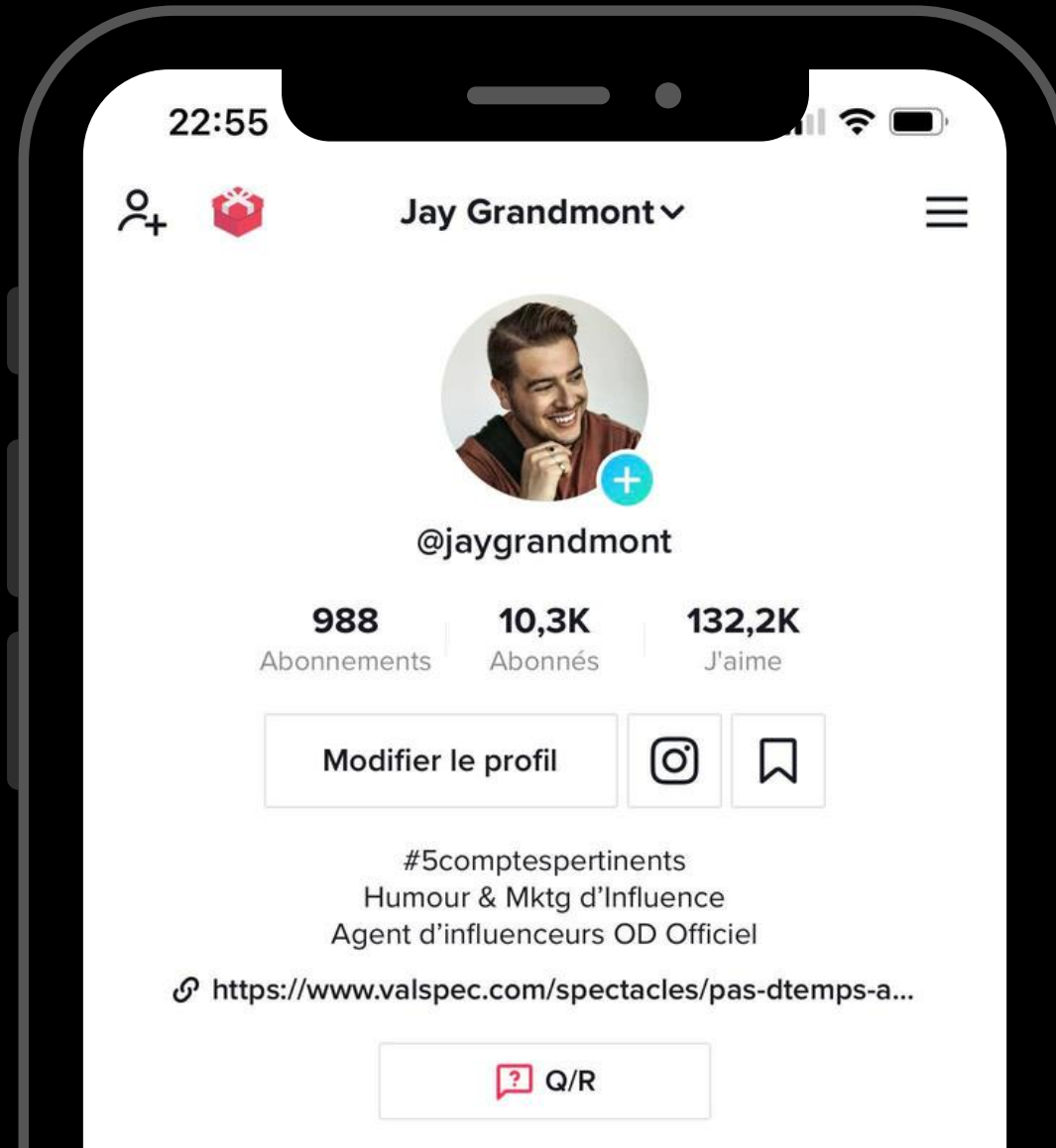
Qui suis-je ? Mon parcours



- Gradué HEC Montréal en 2018
 - Travaillé en marketing de contenu avec de grandes marques comme Budweiser et des universitaires
- Agent d'influence en 2020
 - Gestion et coordination de campagnes d'influences
- Gradué de Promédia en 2021
- Oeuvre à mon compte en créant du contenu sur les médias sociaux.
- Passionné de YouTube, Instagram et tout ce qui touche à la création de contenu différent, innovateur et porteur de sens.

Qui suis-je ? Prise 2

857 vidéos TikTok en 2 ans



50 lives Instagram, 105 invités en 2020

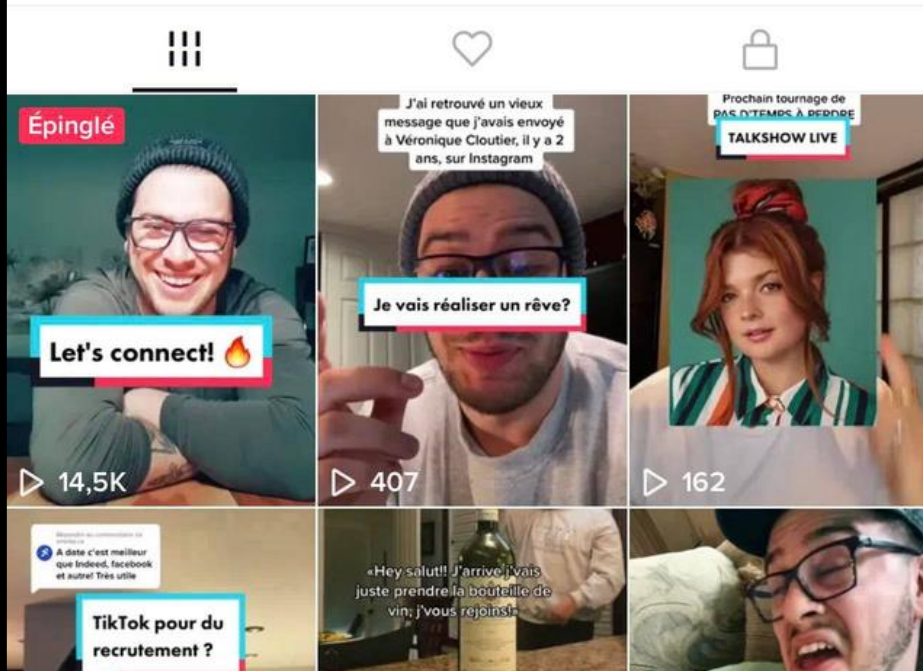


1re vidéo «virale» sur TikTok : Les fleurs de ma mère



Déjà fait 1 seul standup en humour

Je parle Toujours de TikTok



Quelques collaborations avec des marques



Écritures d'articles de blog en 2020-2021

À mains levées

Qui ici, trouve qu'il ou elle est :

CRÉATIF.VE

À mains levées

Qui ici, trouve qu'il ou elle est :

CRÉATIF.VE

DÉBROUILLARD.E

À mains levées

Qui ici, trouve qu'il ou elle est :

CRÉATIF.VE

DÉBROUILLARD.E

PASSIONNÉ.E

Maintenant,

Qui a un compte TikTok ?
(Et y publie du contenu pour son entreprise ?)

Aperçu de la Présentation

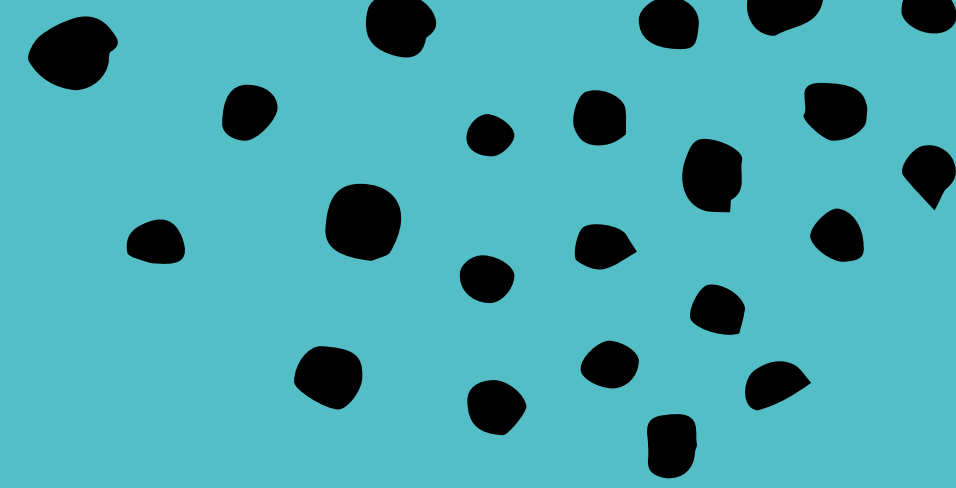
NOUS ALLONS PARLER DE

TikTok

Instagram

**Marketing
d'influence**

Créativité



Aperçu de la Présentation

PLUS PRÉCISÉMENT

Statistiques Intéressantes

Des entreprises sur TikTok

Pourquoi TikTok ?

Pourquoi créer ?

Comment passer à l'action, maintenant ?

Et Instagram ?

Comment choisir un bon influenceur?

L'effet pandémie sur les médias sociaux

Les tendances

Le contenu UCG

What's next ?

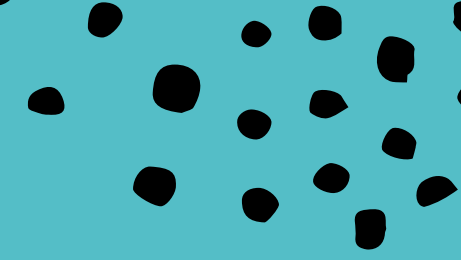
La publicité

Le recrutement

1 bonne vidéo, c'est quoi?

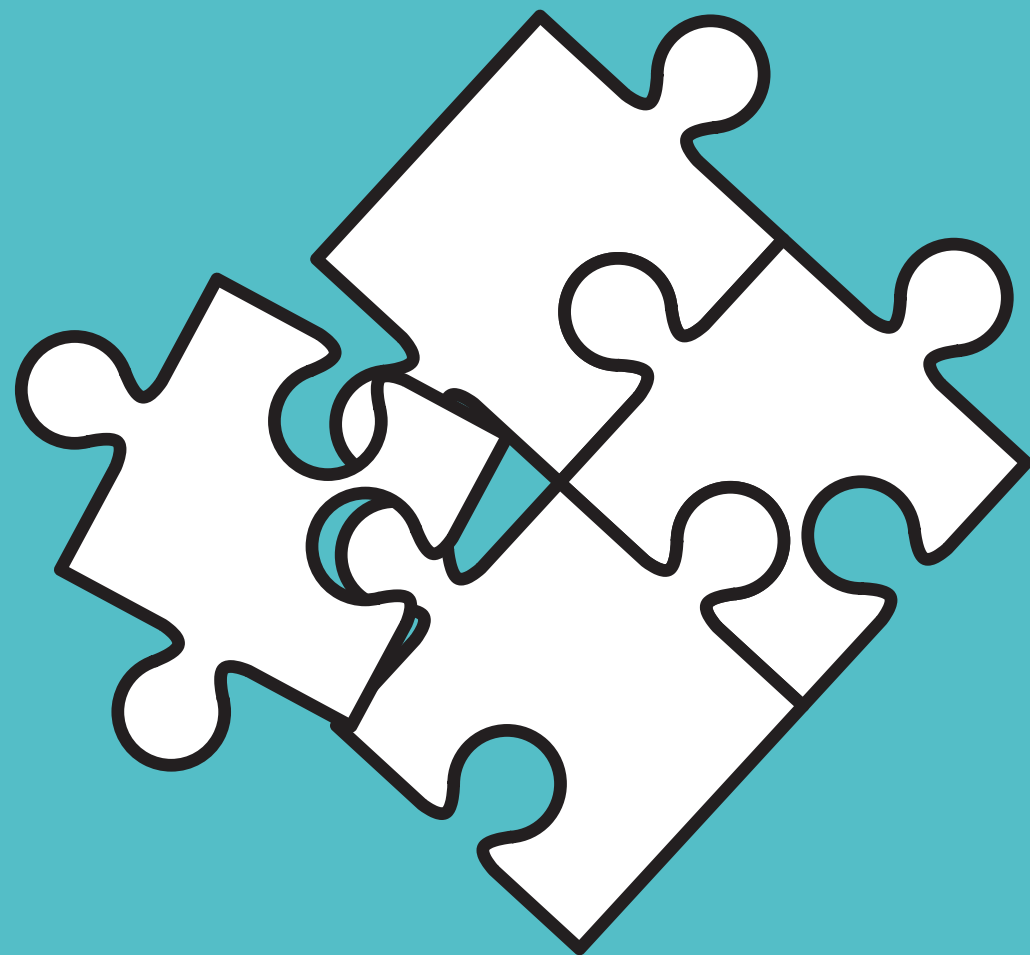
Comment bien joindre un influenceur?

Défi pour vous



Aperçu de la Présentation

MON BUT



=



Sens

Aperçu de la Présentation

ET BIEN CERTAINEMENT


Et le eCommerce dans tout ça ?

«Rendez-vous, à 15h00 pour un panel à propos des médias sociaux, comme nouveaux leviers d'entrepreneuriat en eCommerce.»



TikTok et les médias sociaux :

Quelques statistiques intéressantes



Comprendre en chiffres ce que
peut représenter la plateforme
en 2022

Sur les médias sociaux :

74%

Des gens perçoivent les marques présentes
comme étant pertinentes.

<https://www.facebook.com/business/news/insights/how-instagram-boosts-brands-and-drives-sales>

TikTok c'est :

3 milliards

De téléchargements dans le monde

(La 1re application qui n'appartient pas à Facebook à atteindre ce sommet)

<https://blog.digimind.com/fr/agences/tiktok-chiffres-et-statistiques-france-monde-2020>

TikTok c'est :

35%

Des utilisateurs âgés entre 19-29 ans

<https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

Et ils passent en moyenne

52

Minutes par jour sur l'application

(Tout en l'ouvrant en moyenne 9 fois/jour)

<https://fr.oberlo.ca/blog/tiktok-statistiques>

L'engagement sur TikTok est

3 à 4 fois

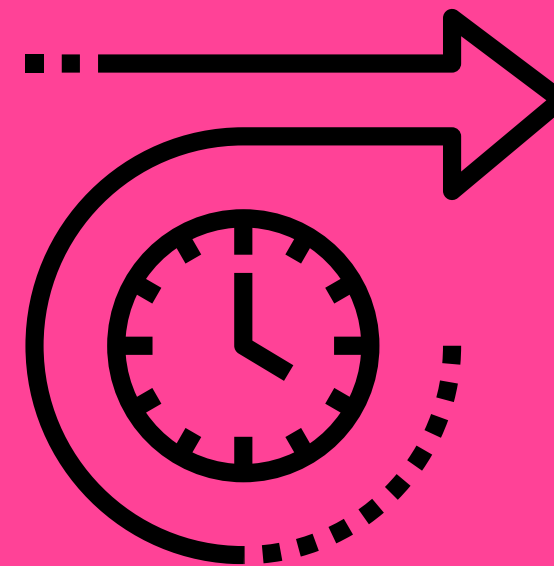
Plus élevé par rapport à Instagram

<https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>



L'application avec la plus forte croissance en 2021

1,5 milliards d'utilisateurs actifs projetés pour 2022



Avril

2022

TikTok, juste des danses, vraiment ?

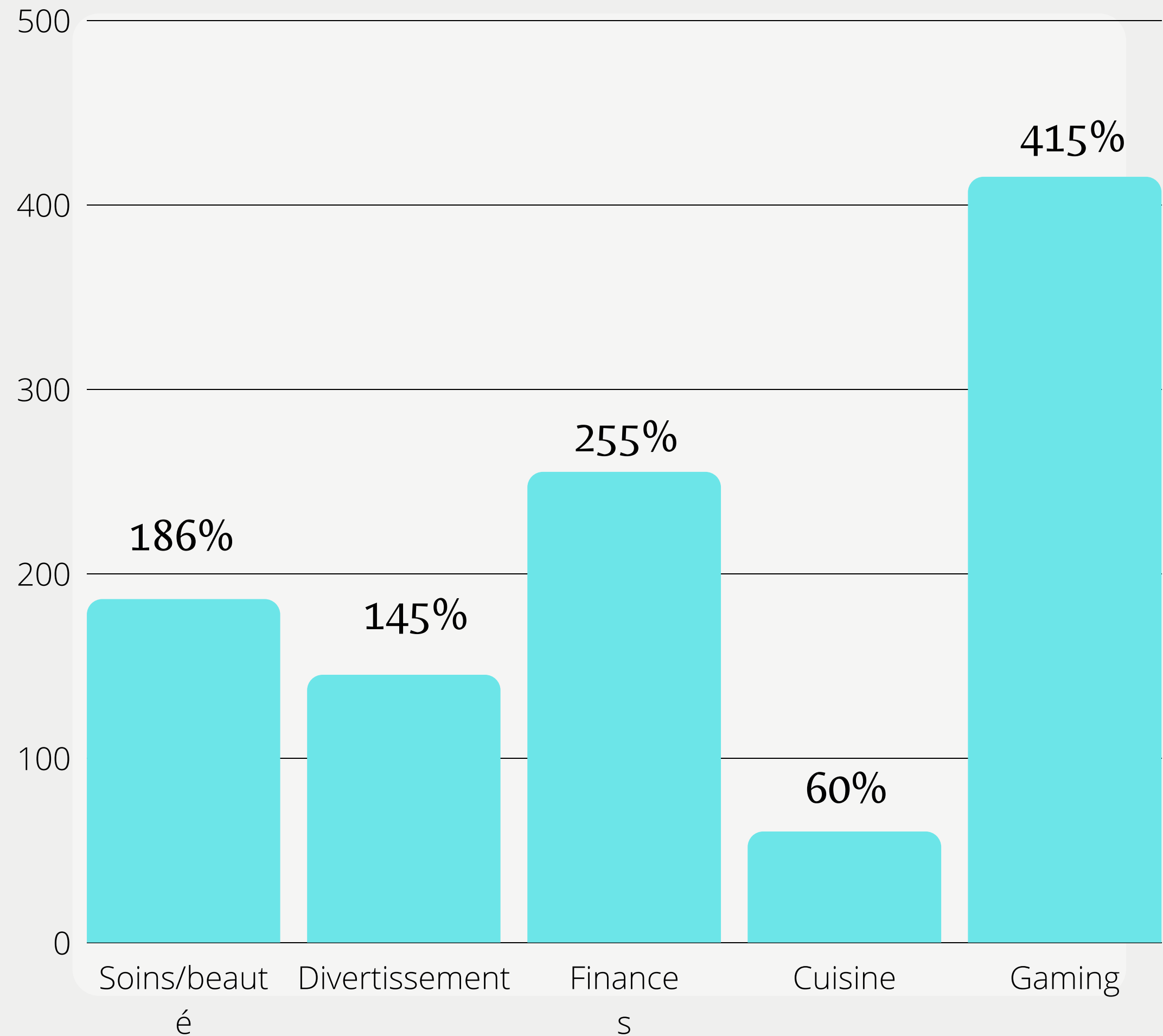
ON RETROUVE DE TOUT SUR L'APPLICATION.

TikTok, c'est l'application d'une nouvelle génération mais c'est surtout le concept de la consommation de contenu rapide. TikTok montre que l'humain préfère le contenu dynamique plutôt que le contenu statique

TOP 5 DES SUJETS EN CROISSANCE SUR TIKTOK

Selon le rapport fournie par TikTok Business en janvier 2022

- Soins personnels et beauté
- Le Divertissement
- Les services financiers
- Cuisine
- Les jeux vidéos (le gaming)



Lien vers le rapport en question :

https://sf16-sg.tiktokcdn.com/obj/eden-sg/tpslsslojpt/WhatsNext_NA.pdf

Le hashtag #TikTokMadeMeBuyIt

7,4 milliards

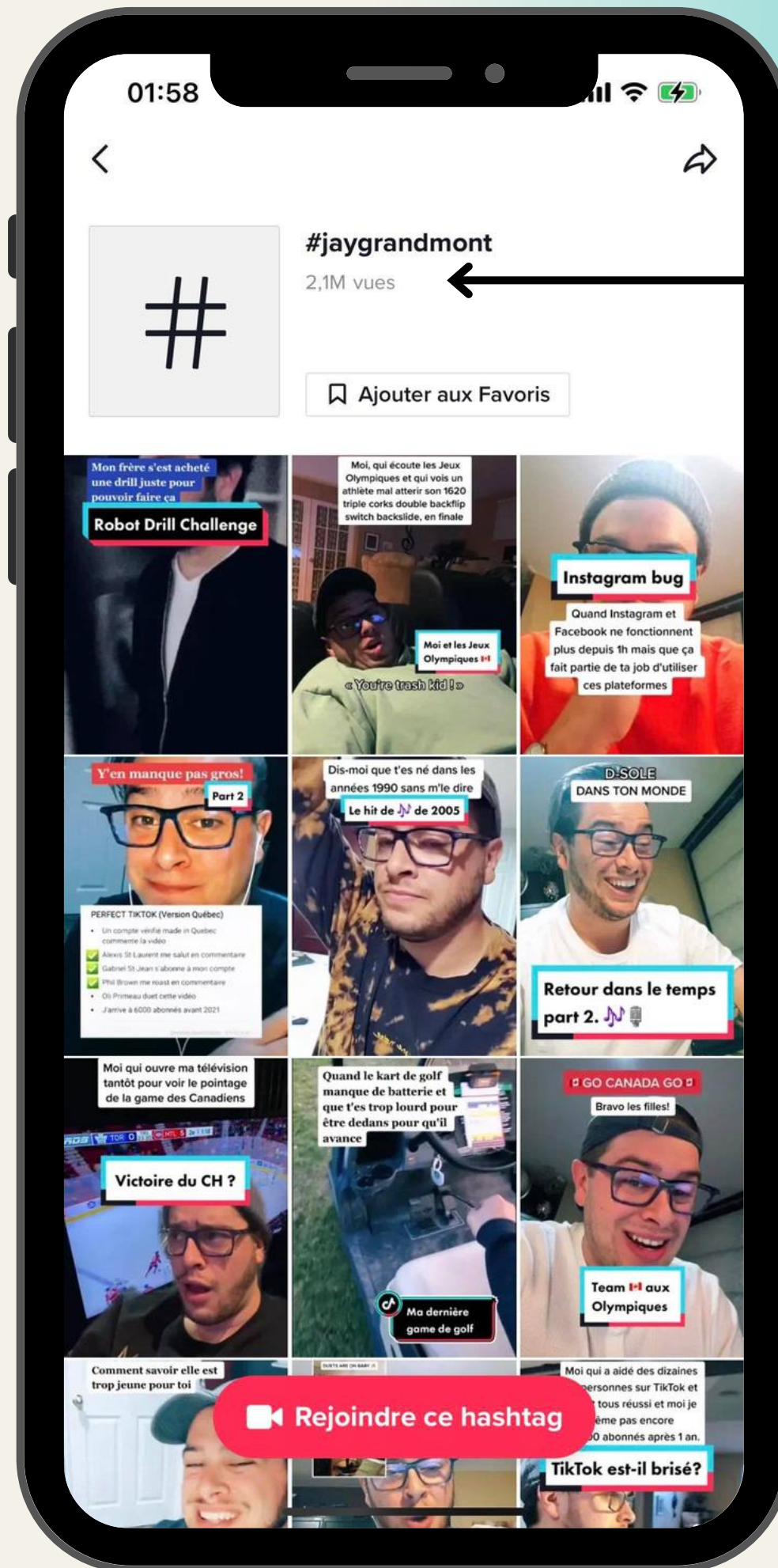
De vues sur TikTok en 2021

https://sf16-sg.tiktokcdn.com/obj/eden-sg/tps1sslojpt/WhatsNext_NA.pdf

Fun fact :

J'ai crée mon hashtag personnel en mai 2020 et aussi niaisieux que ça puisse paraître, c'est une bonne manière de se faire retrouver sur TikTok.

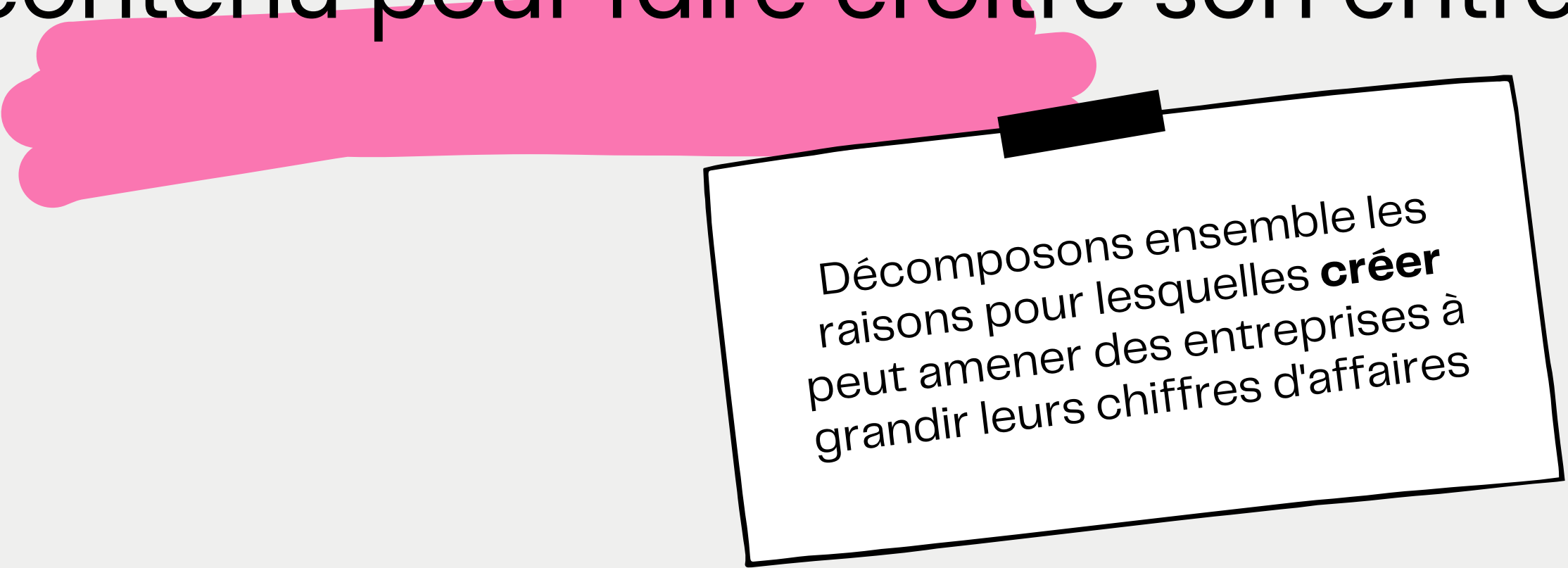
Imaginez, si votre entreprise avait son hashtag sur TikTok.



Il a 2.1 millions de vues à ce jour!

Pourquoi créer ? :

La création de contenu pour faire croître son entreprise



Décomposons ensemble les raisons pour lesquelles **créer** peut amener des entreprises à grandir leurs chiffres d'affaires

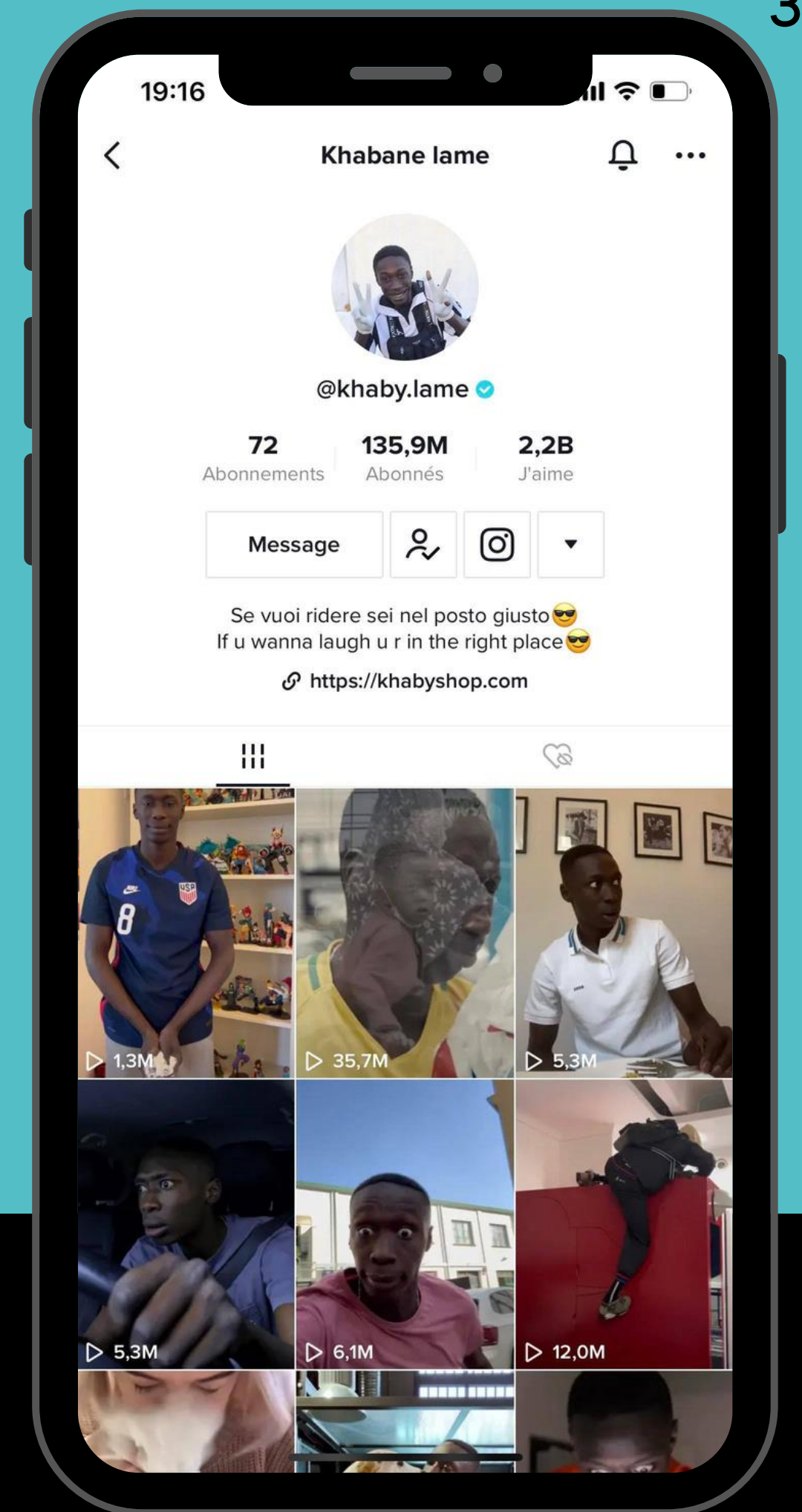
Pourquoi créer ?

QUE PEUT RAPPORTER LA CRÉATION DE CONTENU POUR VOTRE ENTREPRISE?



Flash Info

« Lui, c'est Khaby Lame, un Italien d'origine sénégalaise qui a perdu son emploi au début de la pandémie et qui est maintenant l'homme le plus suivi sur TikTok, au monde. Il est aussi le nouveau visage du rebranding d'une grande marque de vêtements. **Laquelle?** »

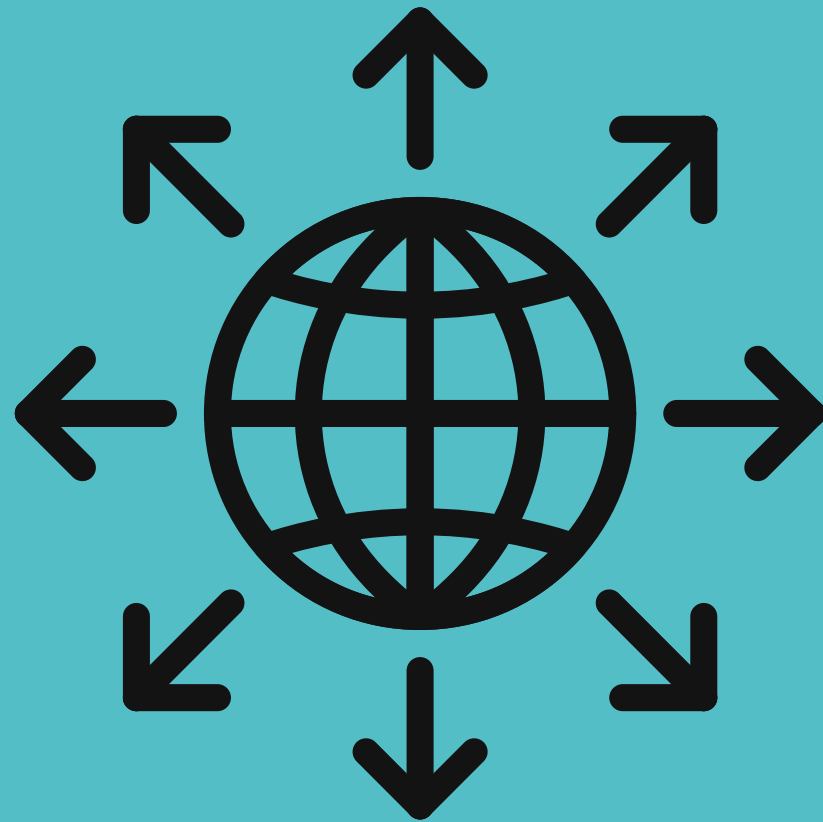


HUGO BOSS



«Sans jamais avoir dit un seul mot...»

« Ne faites pas des pubs, faites des TikTok »



- Créer une proximité avec votre public cible / vos clients
- Promouvoir des offres exclusives
- Mettre en lumière des «behinds the scenes» de votre entreprise
- Promouvoir la culture en éduquant, divertissant et inspirant les gens
- Générer des opportunités d'affaires, qui sait ?

Des entreprises se démarquent sur TikTok? :

Le virage business est bel et bien enclanché

Regardons ensemble quelques exemples de bonnes pratiques d'entreprises sur la plateforme, selon diverses catégories.

Divertissement

Cuisine

Humour

Loisirs/Plein air

Chant/Musique

Éducatif

Voyage

Sports

Télécommunications

Mode

Établissements

Nutrition

Catégories de contenu possible

J'en ai recensé des dizaines
(«Voici mon Top 10 du moment »)

Grandes
entreprises

Startups

Santé mentale

Restauration

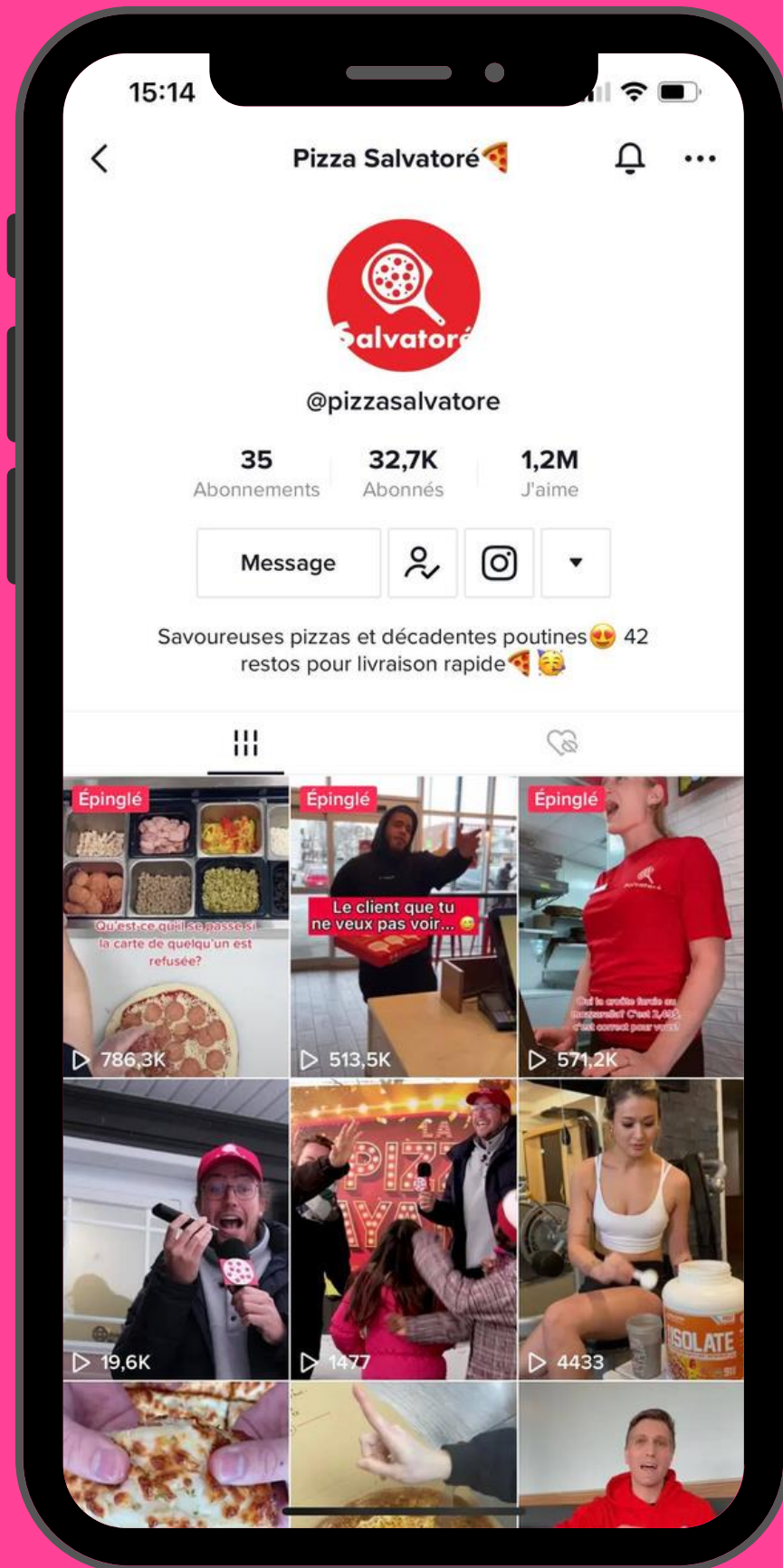
Balados/Podcasts

Art visuel

Santé/Vulgarisation scientifique

Bonnes pratiques

L'exemple de « Pizza Salvatoré »



- Publient plusieurs types de vidéos
- Font affaires avec des créateurs connus sur TikTok
- Engagent avec la communauté
- S'impliquent dans la communauté
- Montre des arrières-scènes de leur entreprise familiale
- Les gestionnaires se mettent de l'avant
- Dévoilent les bons coups de l'entreprise

Question Flash ?

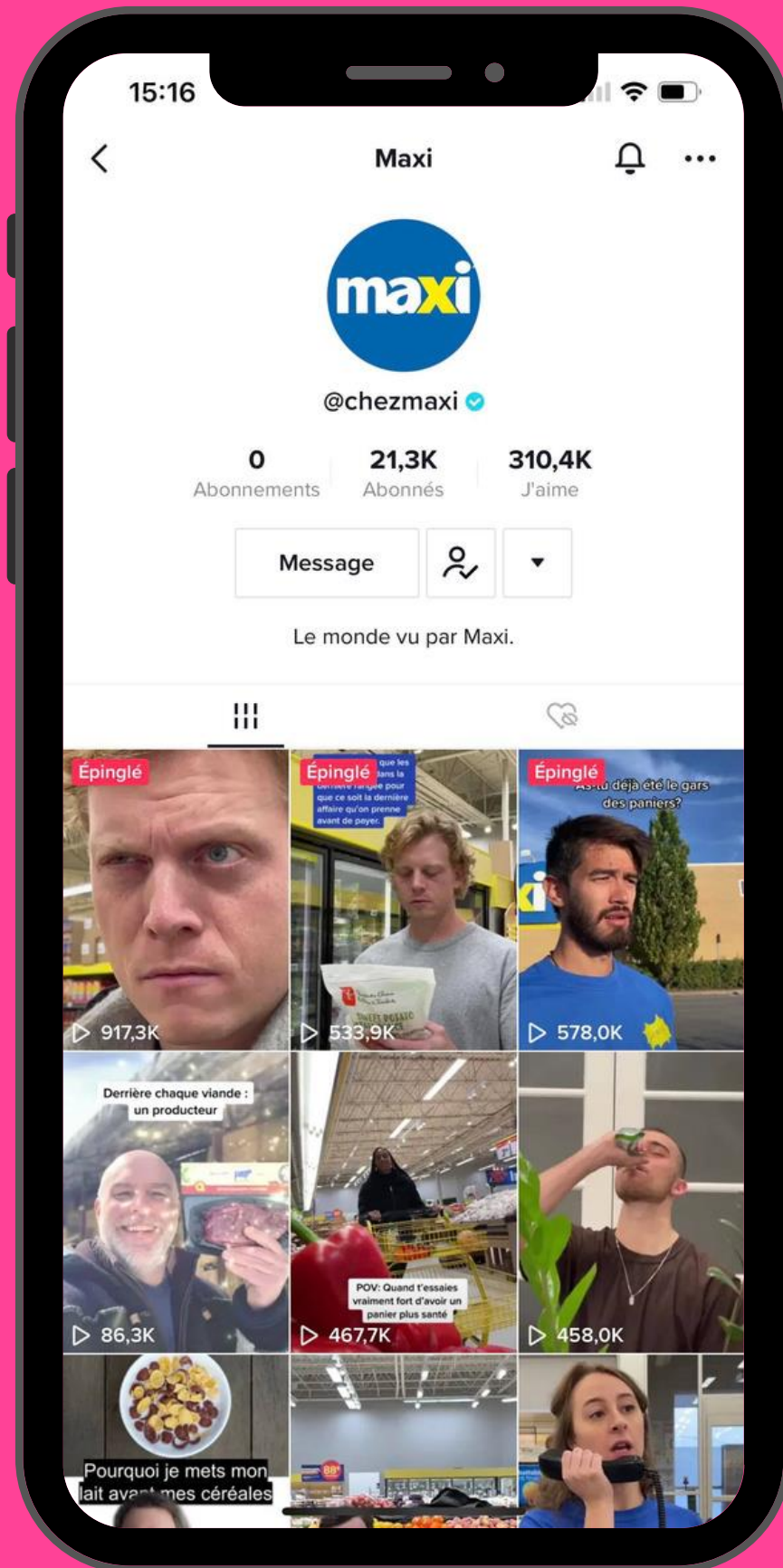
Vais-je arriver un jour à avoir une communauté qui vaut la peine ?

Tous les abonnés valent la peine, ils sont un regard de plus sur votre entreprise, un acheteur potentiel, un employé potentiel etc.



Bonnes pratiques

L'exemple de « Chez Maxi »

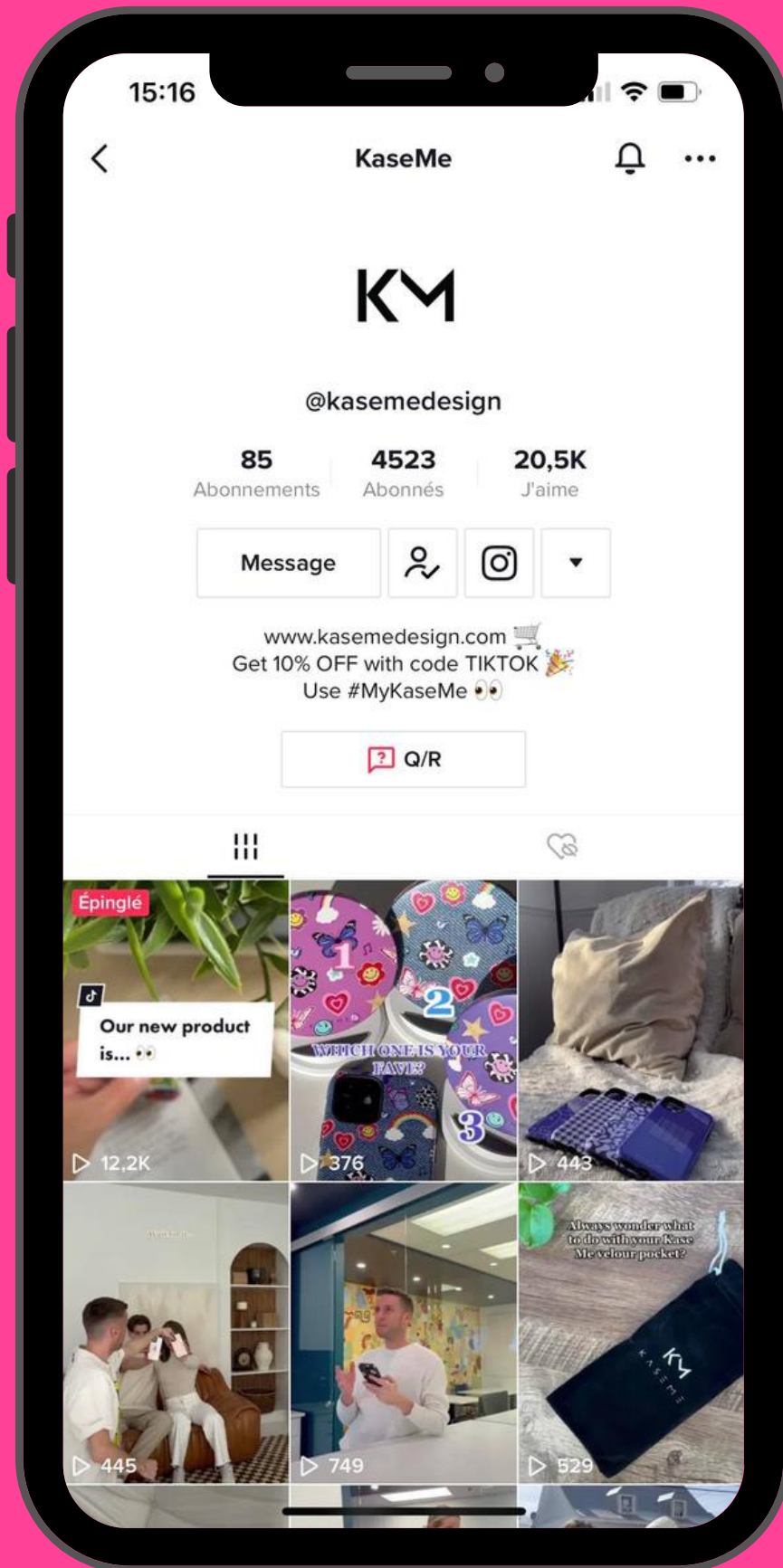


- Jouent sur l'humour
- Sketchs qui recréent des situations du quotidien à l'épicerie (clients/employés)
- Intéragissent en commentaires
- Toujours des personnes différentes dans les vidéos
- Savent comment «twist» des concepts à leur avantage



Bonnes pratiques

L'exemple de « Kase Me »



- Kase Me sont littéralement des avant-gardistes en médias sociaux, autant sur **Instagram** et maintenant sur **TikTok**
- Ils recréent des situations du quotidien avec leurs produits
- Savent optimiser les «trends» TikTok à leur avantage
- Incluent leurs employés dans leur contenu
- Montrent des arrières-scènes de leur entreprise
- Les vidéos sont naturelles, ont se sent inclus dans leurs univers

Question Flash



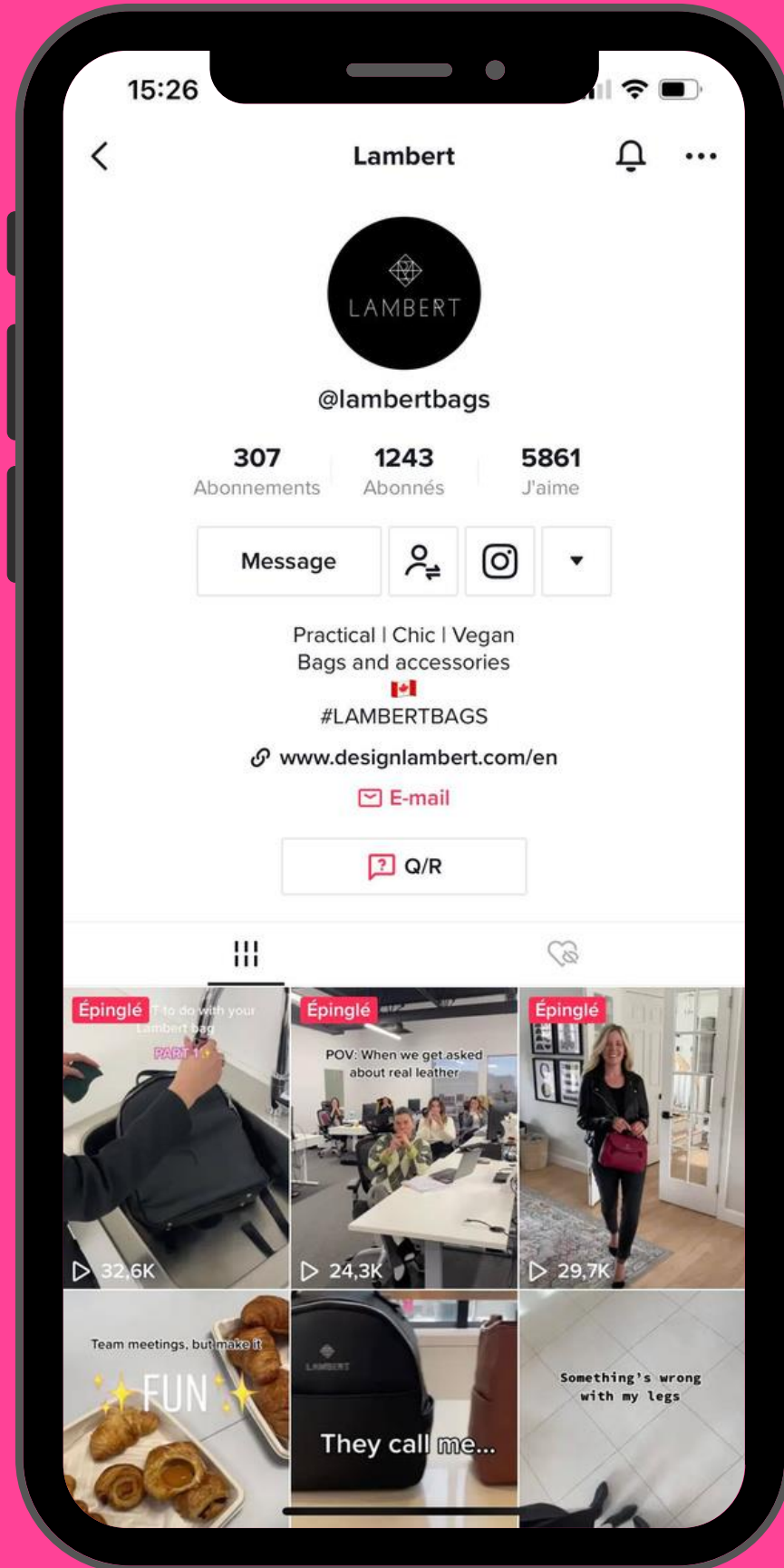
Ce n'est pas toutes mes vidéos qui fonctionnent bien, suis-je dans le champs?

C'est tout à fait normal, connaissez-vous la règle du 95% et 5% ?

Fun fact : J'ai appris ça où?
Sur TikTok, d'un créateur et ami à moi, Alexandre Turcotte

Bonnes pratiques

L'exemple de «Lambert»

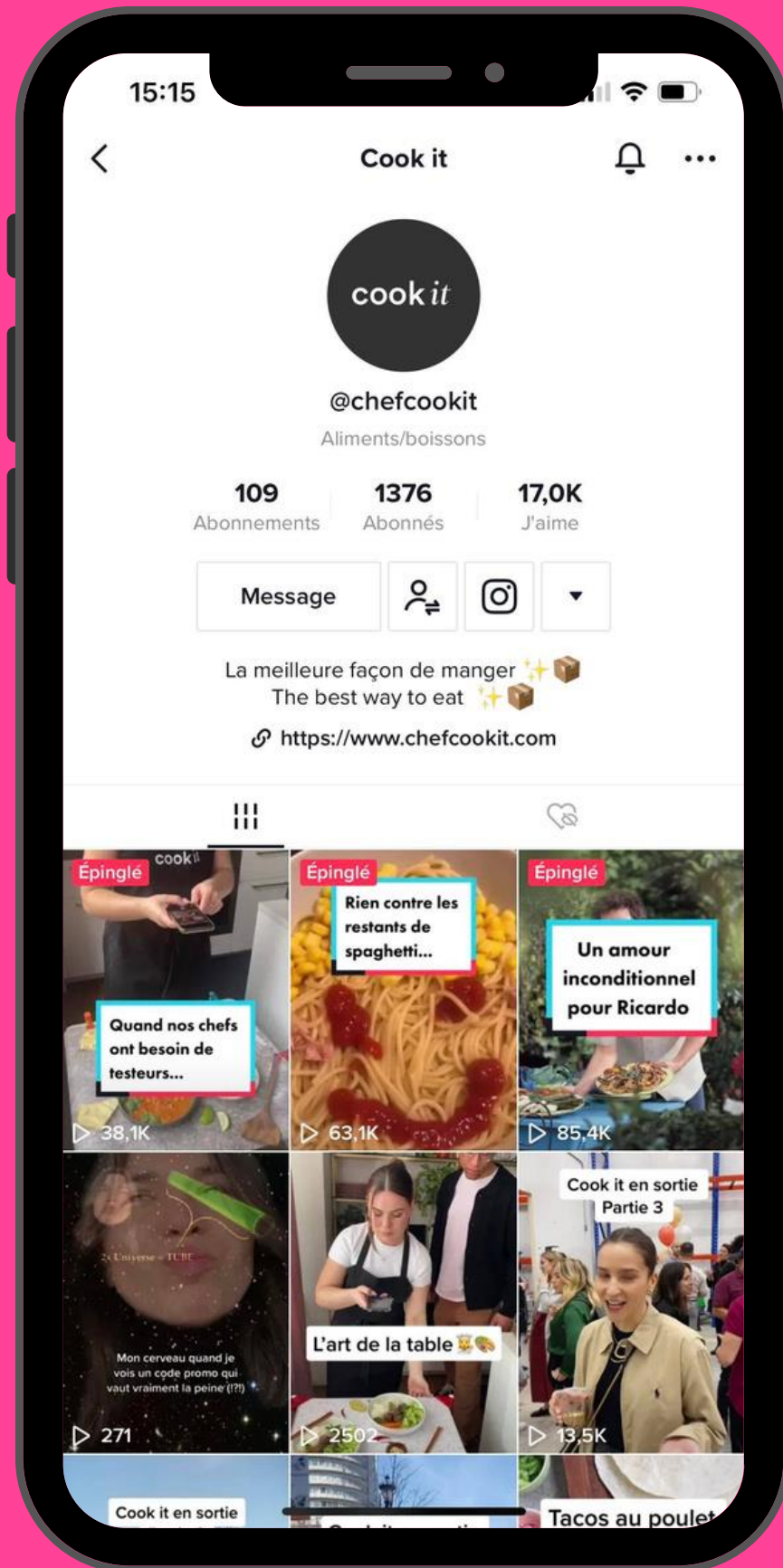


- Créent des univers qui donnent envie d'acheter leurs produits
 - Mix and match outfit
 - Couleur d'un sac et la température dehors
- Utilisent l'importance du timing
- Mettent de l'avant leurs employés
- Montrent des exclusivités
- Ont crée leur propre #hashtag



Bonnes pratiques

L'exemple de « Cook It »



- Cook It sont aussi des grands joueurs en médias sociaux dans toutes les sphères
- Incluent leurs employés
- Créent des situations drôles qui ultimement donnent envie de tester le produit
- Réactifs, ils sont EXCELLENTS dans le sens du timing
 - Exemple : Arnaud Soly et Tulum
 - Exemple : Le suprême de la clémentine

Question Flash



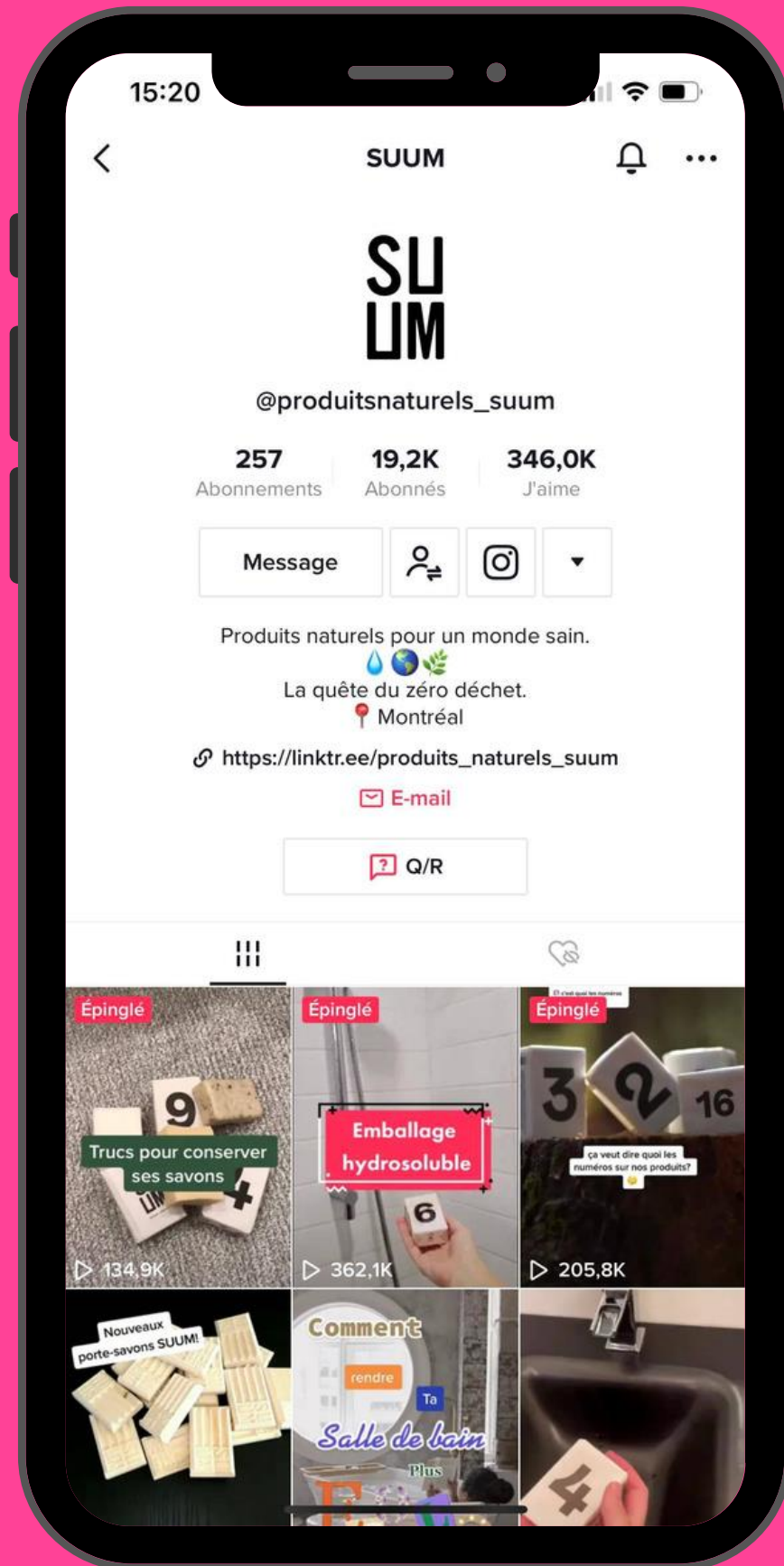
Les gens ne commentent pas mes vidéos, que faire ?

Et vous ? Commentez-vous des vidéos de d'autres créateurs et entreprises sur la plateforme? N'oubliez pas que derrière chaque compte, il y a un humain.
INTÉRAGISSEZ !



Bonnes pratiques

L'exemple de « SUUM Produits Naturels »



- Coup de coeur, ils ont été très tôt dans le Business TikTok (Mai 2020)
- Éduquent leur audience à travers la mission environnementale de leur entreprise
- Montrent le côté unique de leurs savons (il faut les suivre pour comprendre)
- Ont réussi à comprendre tôt le potentiel TikTok pour alimenter leurs ventes

Question Flash

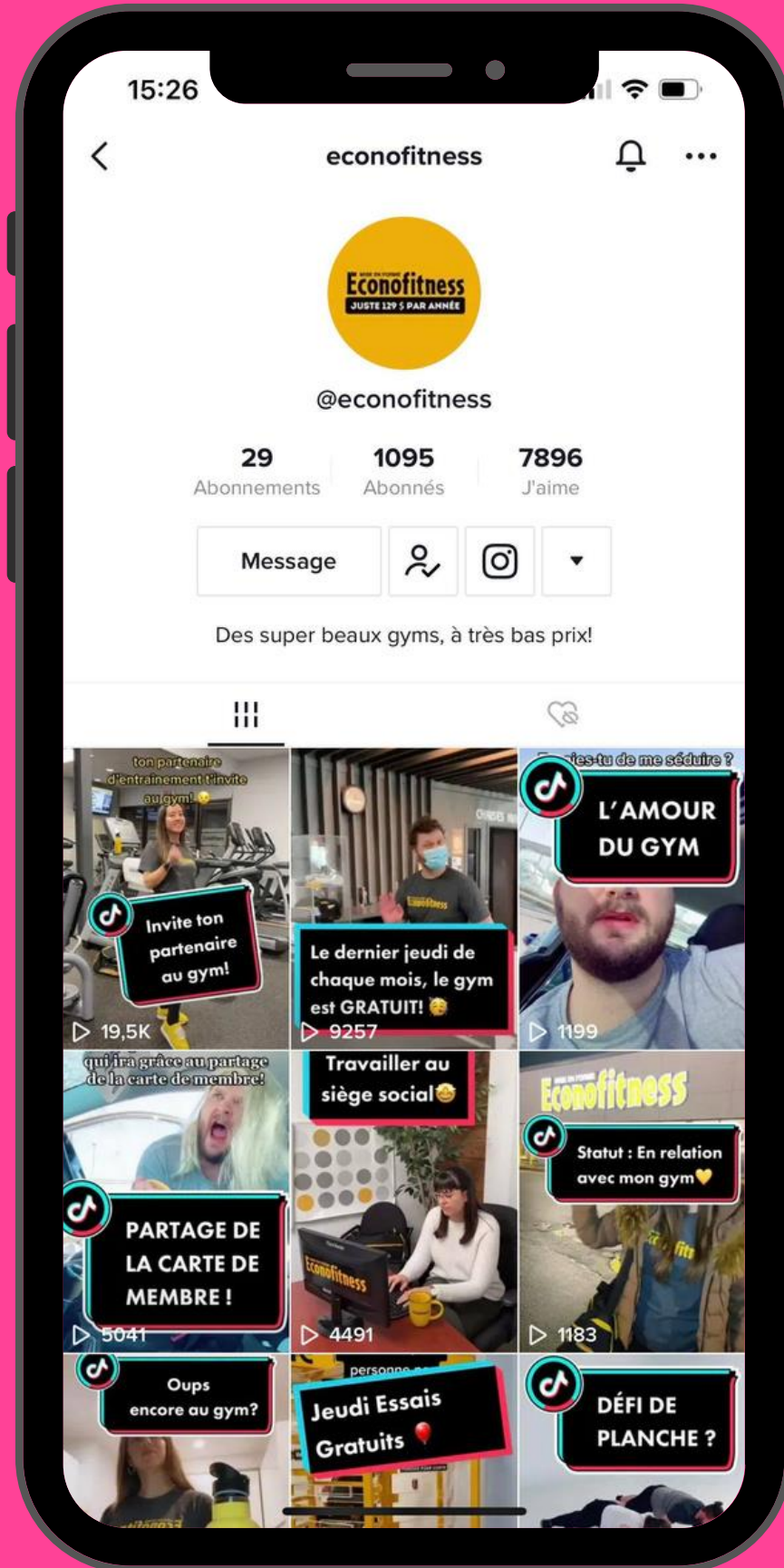


Qu'est-ce que les gens peuvent bien vouloir apprendre sur mon entreprise ?

TOUT. Les gens peuvent tout apprendre de votre entreprise. L'Humain est un être curieux. Bien souvent, on ne savait pas qu'on voulait savoir quelque chose avant qu'on l'apprenne.

Bonnes pratiques

L'exemple de « Econofitness »



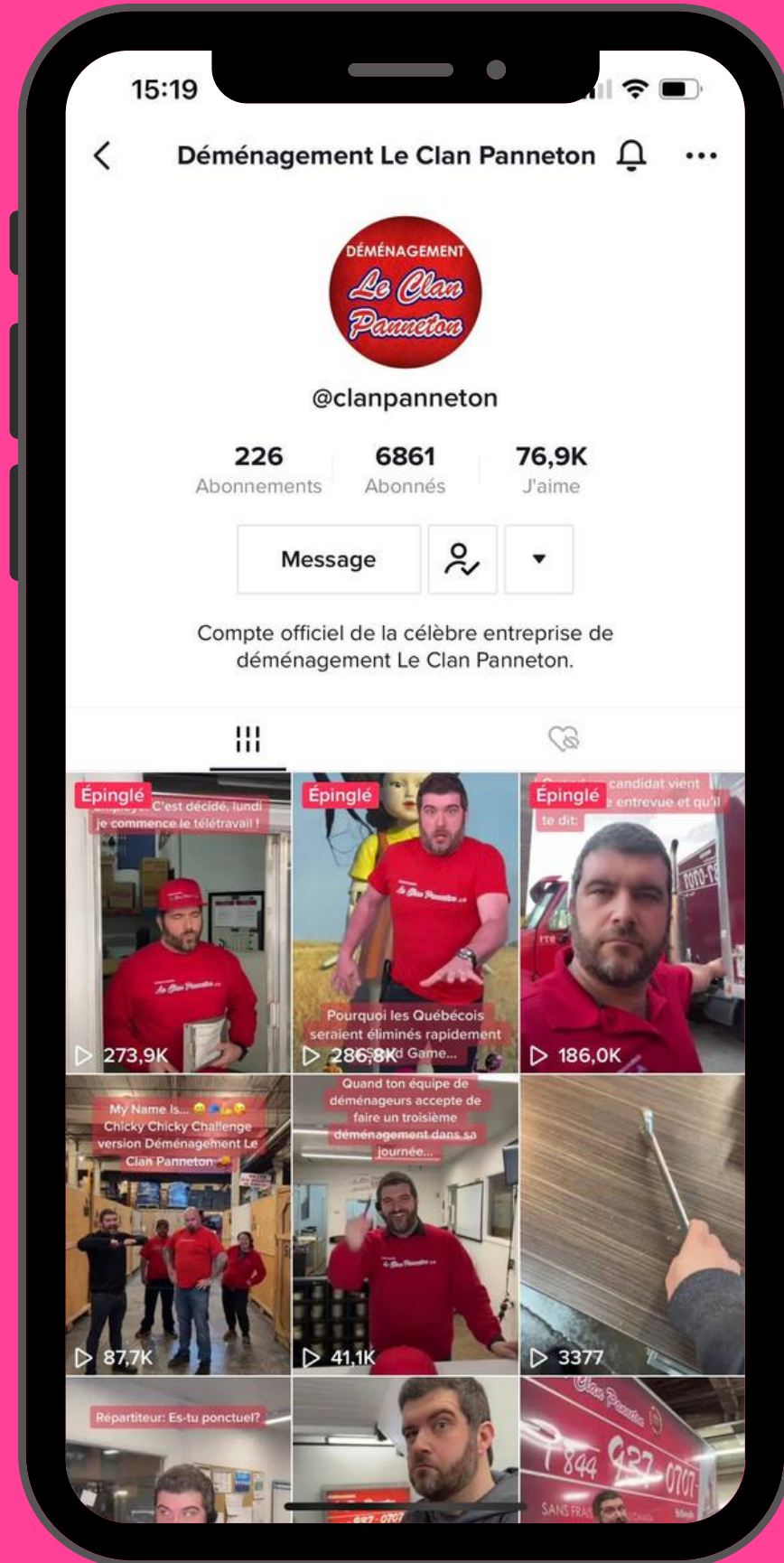
- Nouveau joueur sur TikTok
- 1er gym que je vois sur la plateforme
- Informent, éduquent et partagent des sketches humoristiques
- Montrent ce qui les différencient des concurrents

«Si 1 image vaut 1000 mots, 1 vidéo vaut 1000 images»



Bonnes pratiques

L'exemple de « Le Clan Panneton »



- Ils sont HI-LA-RANTS
- Savent très bien capitaliser sur les trends de la plateforme en mettant de l'avant leur entreprise
- Réussissent à recruter des employés via TikTok

Question Flash



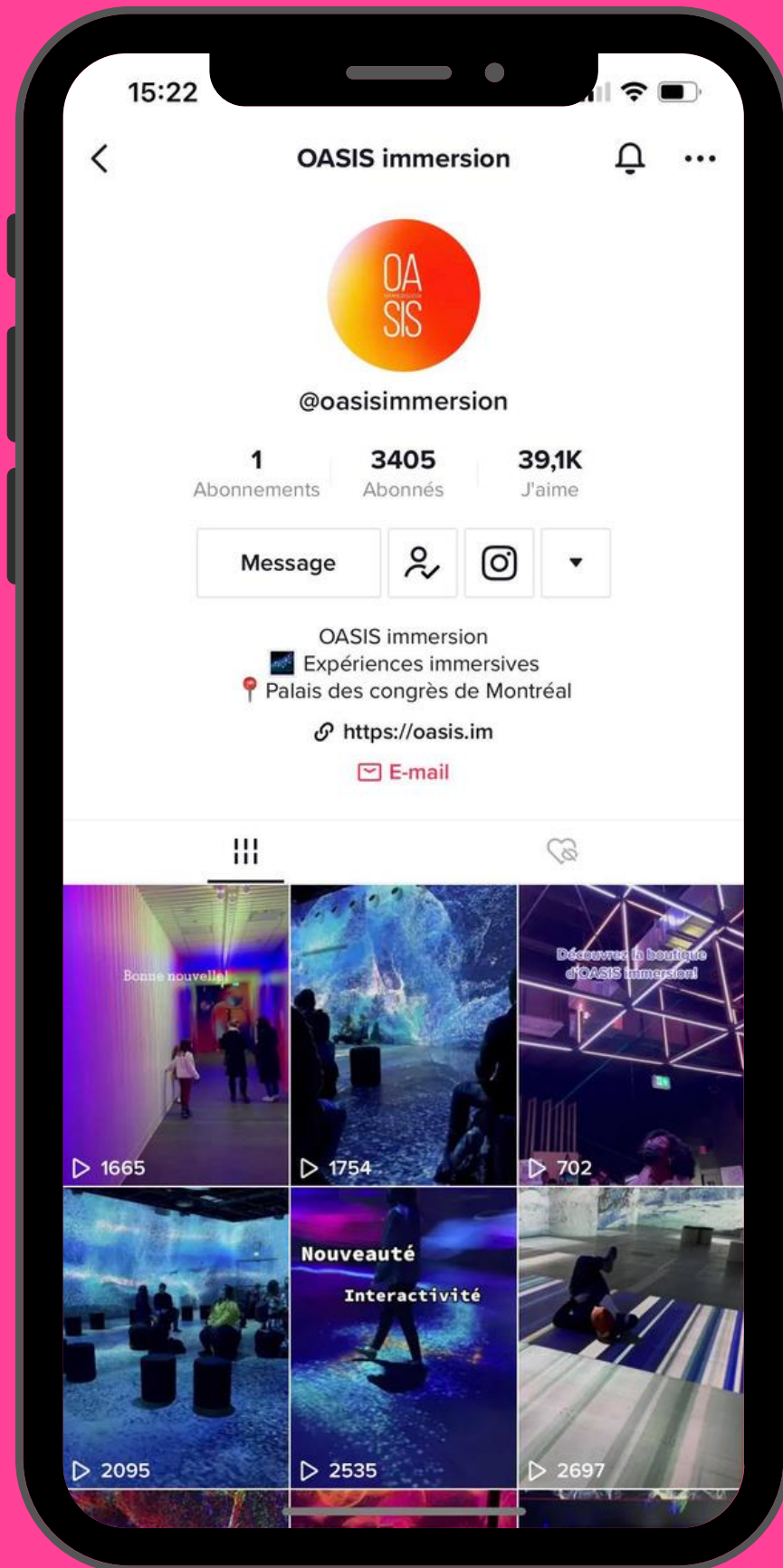
Je manque d'employés, j'ai tout essayé et je peine à recruter. Que faire ?

As-tu pensé à faire des TikTok ? Oui, oui, faire des TikTok pour recruter des employés, j'aurai un exemple plus loin!



Bonnes pratiques

L'exemple de «Oasis Immersion »

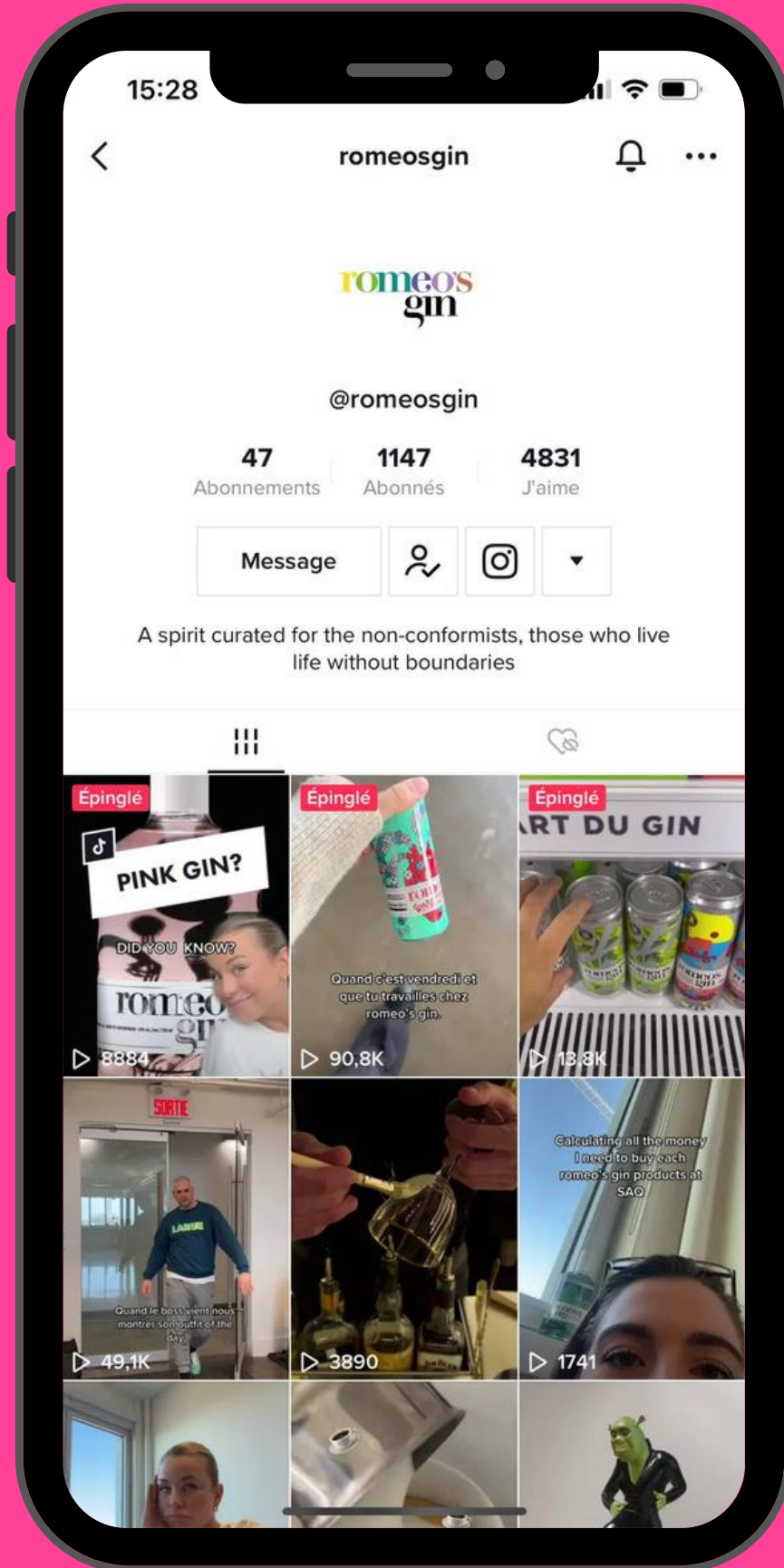


- Excellent exemple de «donner envie de vivre une expérience en montrant les dessous en vidéos
- Images spectaculaires
- Font vivre des émotions à travers leurs vidéos
- Sortent de l'ordinaire et suscitent la curiosité du consommateur



Bonnes pratiques

L'exemple de « Romeo's Gin »



- Vidéos visuellement captivantes à regarder
- Ont une employée qui se consacre à faire des TikTok et créer du contenu
- Réussissent à mettre la marque de l'avant à travers des situations du quotidien et l'univers TikTok

Question Flash



Je n'ai pas le temps de faire des TikTok. Comment remédier à la situation ?

Avez-vous penser à engager un freelancer, un créateur en dehors de votre entreprise, à temps partiel pour créer pour vous ? Ou encore engager un.e employé.e dédié à TikTok ?

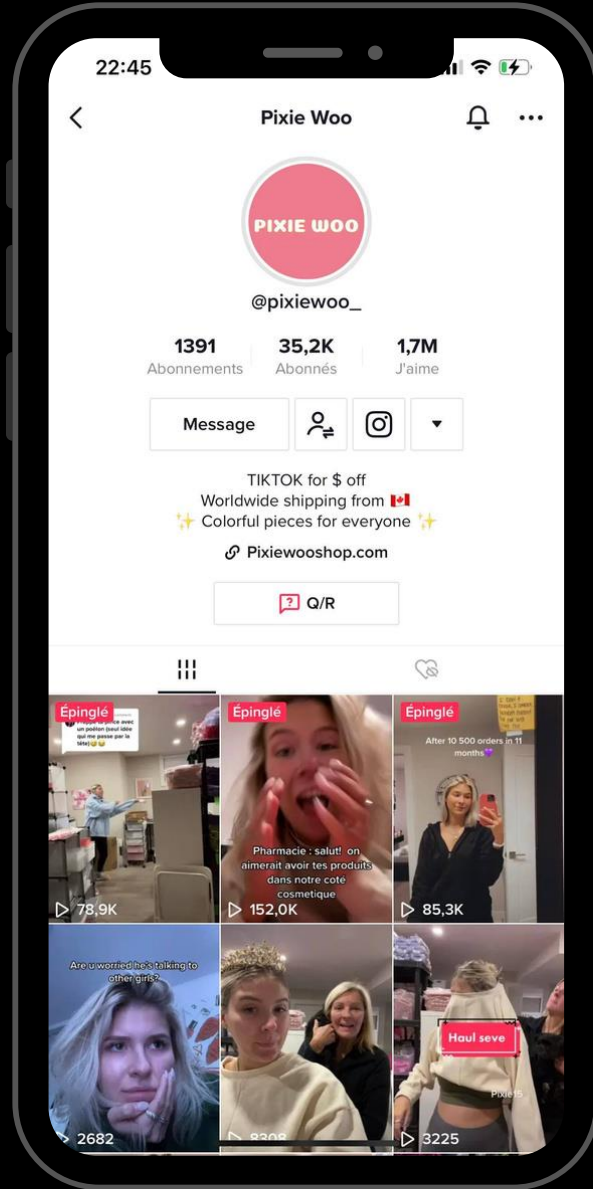


Les startups et petites entreprises

Pourquoi TikTok change-t-il leurs vies?

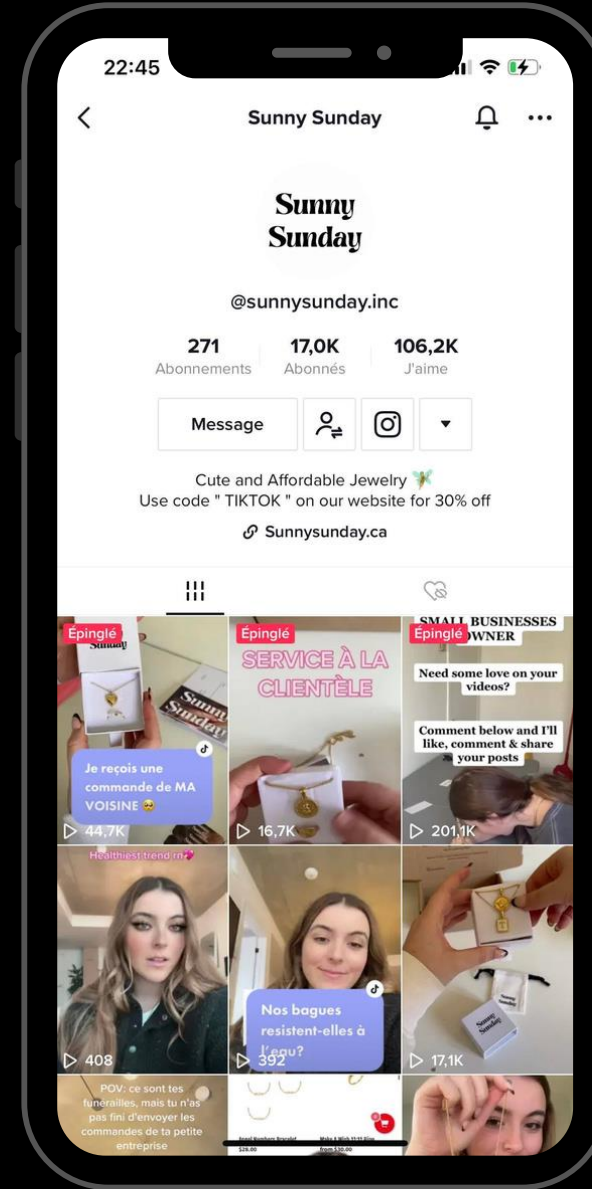
Les startups, les solopreneurs
et les petites entreprises
bénéficient grandement de
TikTok

Les startups gagnent à être sur TikTok



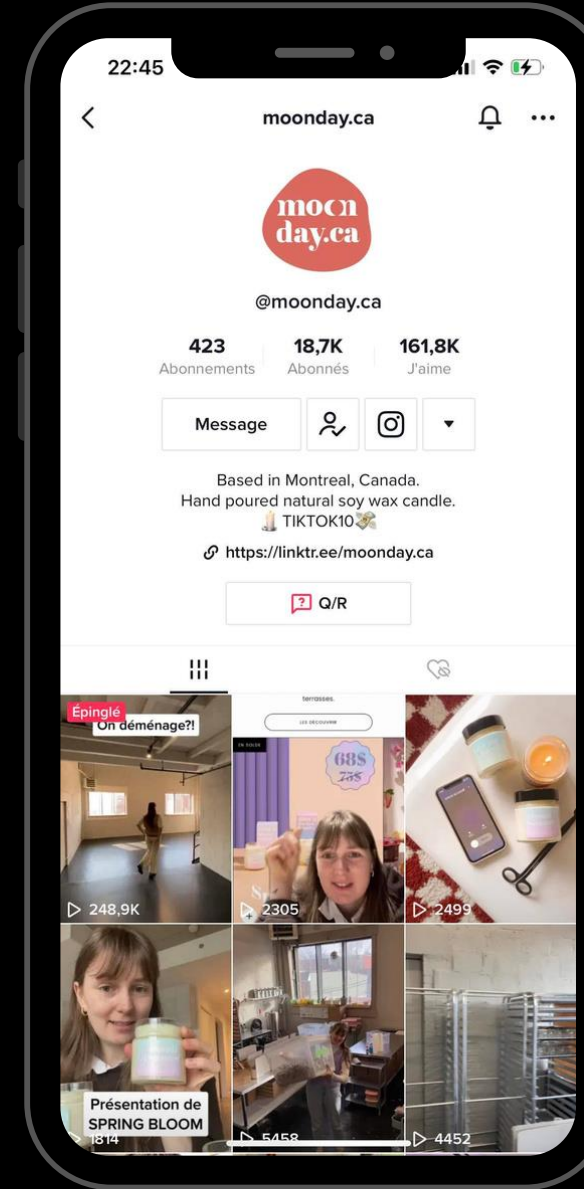
Pixie Woo

Entreprise d'accessoires
et loungewear



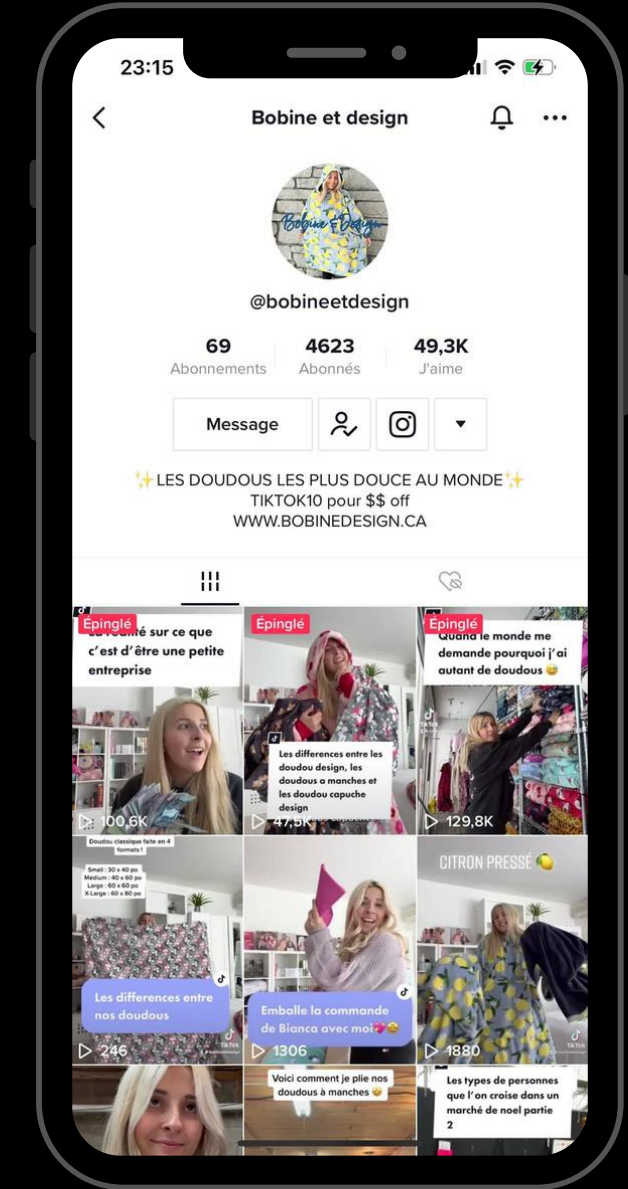
Sunny Sunday

Entreprise de bijoux



Moonday.ca

Entreprise de
chandelles et
accessoires



Bobine et Design

Entreprise de
couvertures
(doudous)

Le recrutement sur TikTok c'est possible ?

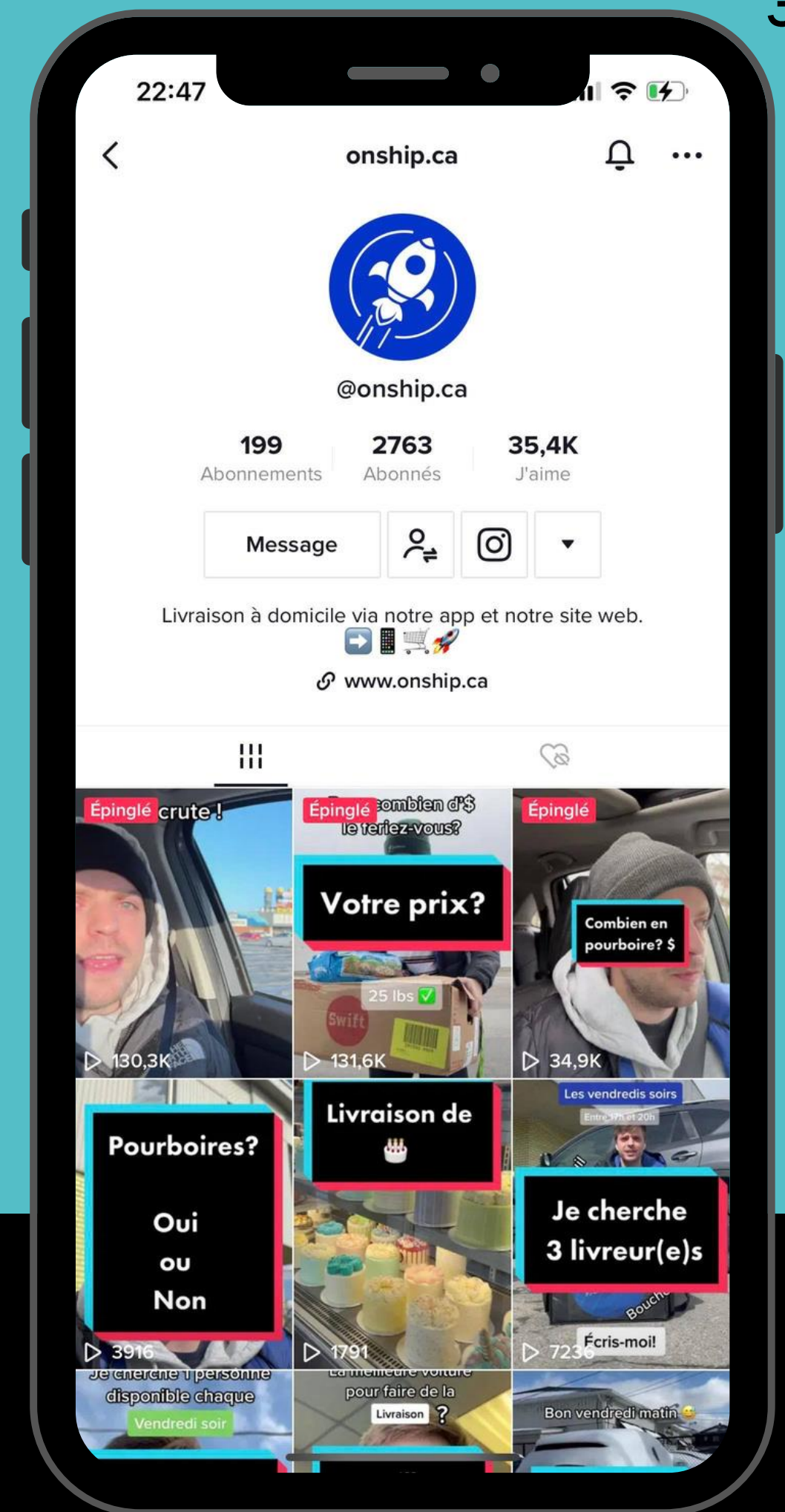
L'EXEMPLE DE ONSHIP



Flash Info

«OnShip.ca est une entreprise de livraison locale qui connecte les marchands locaux avec les consommateurs. Fondée pendant la pandémie, elle est en pleine croissance.

Ils ont même recruté la plupart de leurs livreurs directement sur TikTok !!!»



Le storytelling ou comment avoir une business encore inexistante et déjà de la clientèle fidèle

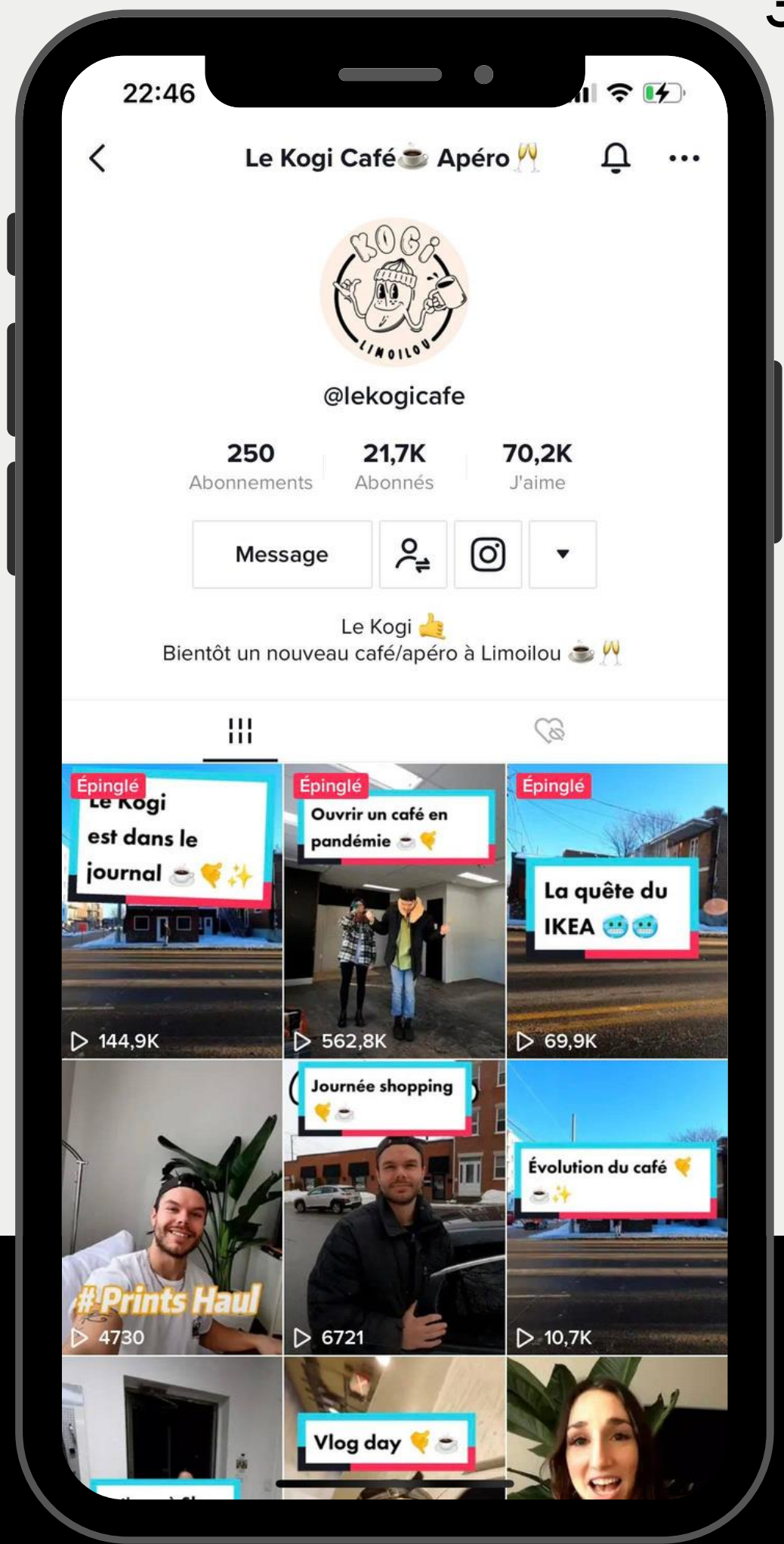
L'EXEMPLE DU KOGI CAFÉ



Flash Info

«Le Kogi Café, ouvrira bientôt ses portes à Limoilou. Les 2 fondateurs, un jeune couple ont documenté tout le processus depuis le tout début. À ce jour, sans même avoir vendu un seul café, ils ont déjà près de 22 000 potentiels clients!

Une clientèle engagée, sans même avoir fait la 1re transaction, c'est ça, le pouvoir de TikTok!»



TikTok pour des OBNL ou pour rejoindre les jeunes ?

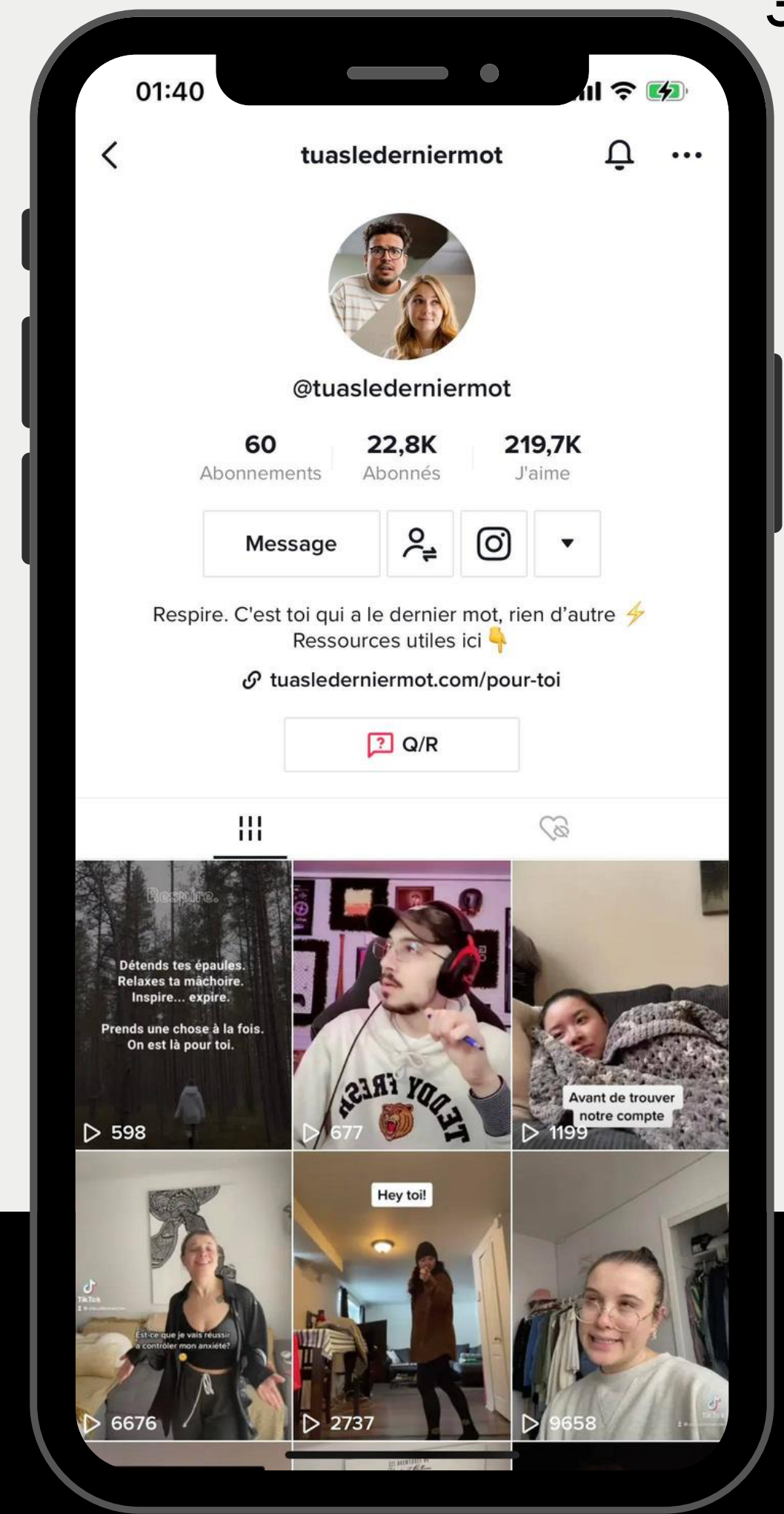
L'HISTOIRE DE «TU AS LE DERNIER MOT»



Flash Info

« Tu as le dernier mot propulsé par la Fondation André-Boudreau a lancé la campagne «Respire» sur les médias sociaux et en ligne.

Ils ont commencé à être sur TikTok comme projet-pilote et maintenant, c'est la source première des visites sur leurs sites web où se retrouvent des outils pour aider la santé mentale des jeunes adolescents. »



Le contenu

Quoi publier sur TikTok pour VOTRE entreprise?

Répondons à la question :
Qu'est-ce que les gens
veulent-ils voir de votre
entreprise sur TikTok?

ABC du bon profil pour commencer TikTok

L'IMPORTANT DU CONTENANT AVANT DE COMMENCER À FAIRE DU CONTENU

Le nom + expertise

Votre entreprise

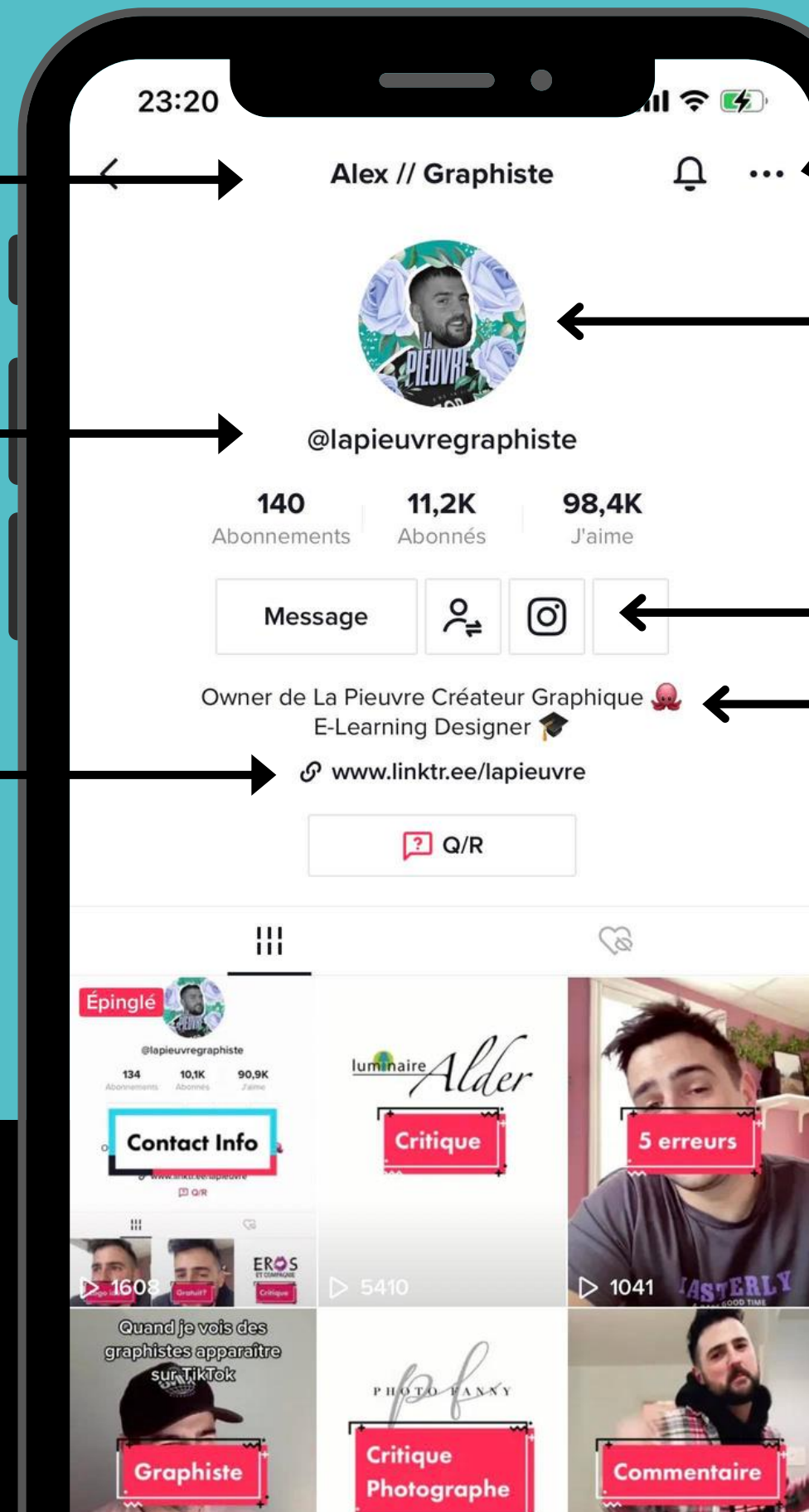
Un lien vers votre site web

Ayez un compte pro

Une photo efficace ou votre logo d'entreprise

Vos autres médias sociaux

Une bio révélatrice



Des vidéos qu'on peut regarder comme un «poste de télévision»

Montrez vous!

L'humain derrière la plateforme

INTÉRAGISSEZ, COMMENTEZ, PARTAGEZ, RÉPONDEZ

Commentaire qui peut encourager un créateur à vous répondre en vidéo



Commentaire qui félicite un créateur et qui peut potentiellement vous faire remarquer par celui-ci et engendrer un abonnement de sa part!



Commentaire qui réfère à un autre créateur à propos de contenu qui lui ressemble.



«Les médias sociaux, le nom le dit, c'est pour socialiser, apprendre, échanger, grandir, bâtir une communauté solide. Ne manquez pas cette chance-là!»



Types de contenu

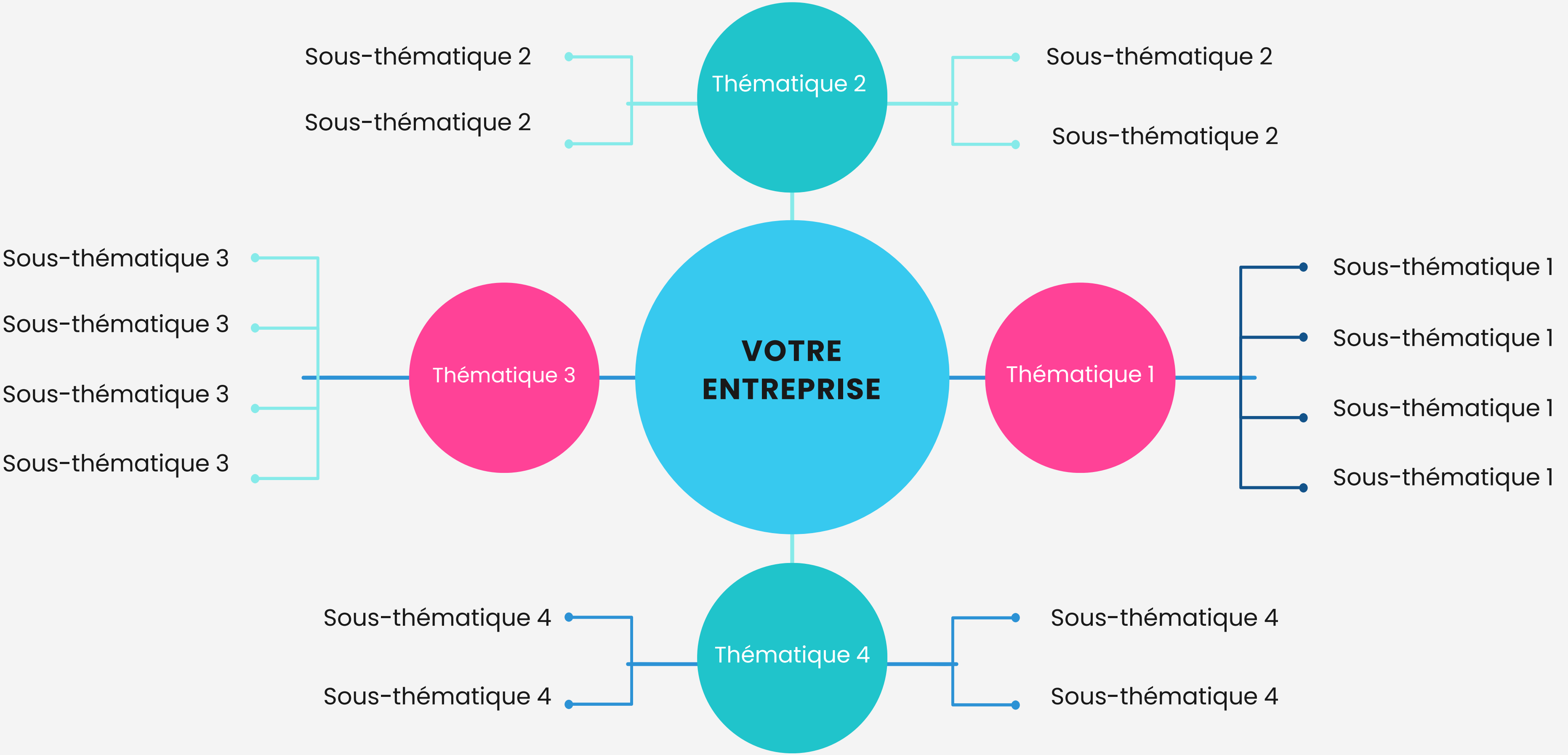
CRÉEZ À VOTRE IMAGE

Exemples pour passer à l'action

Séparer son contenu en 3 à 5 sujets

- Racontez qui vous êtes en tant qu'entreprise
- Montrez des «behinds the scenes» exclusifs dans votre travail
- Vos plus grandes réalisations professionnelles.
- Mythes et réalités sur votre travail/secteur d'activité
- Éduquez les gens avec des faits entourant votre expertise

Mindmapping, le début de la planification des idées de contenu



**M
I
N
D
M
A
P
P
I
N
G**

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty dark blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

[Empty light blue box]

**E
X
E
M
P
L
E

V
I
S
U
E
L**

imagination

creativity

Le contenu UCG

Déf. **C**ontenu **G**énéré par les **U**tilisateurs

Peu coûteux et permet de rejoindre des gens à grande échelle sur les médias sociaux

Cela crée un sentiment d'appartenance à un groupe. L'humain veut appartenir à un groupe, sentir qu'il fait partie du «trend».

«Social proof», preuve de notoriété de votre entreprise sur les médias sociaux

TikTok est une source infinie de créateurs qui font des reviews de produits, qui veulent recréer des hashtags selon un «trend», refaire du contenu à l'heure image sur une chanson. Incluez cela dans votre stratégie!

Et Instagram dans tout ça? :

Pourquoi Instagram demeure-t-il important pour votre eCommerce ?

Regardons ensemble comment Instagram a évolué et où mettre les efforts en 2022, avec la montée actuelle de TikTok

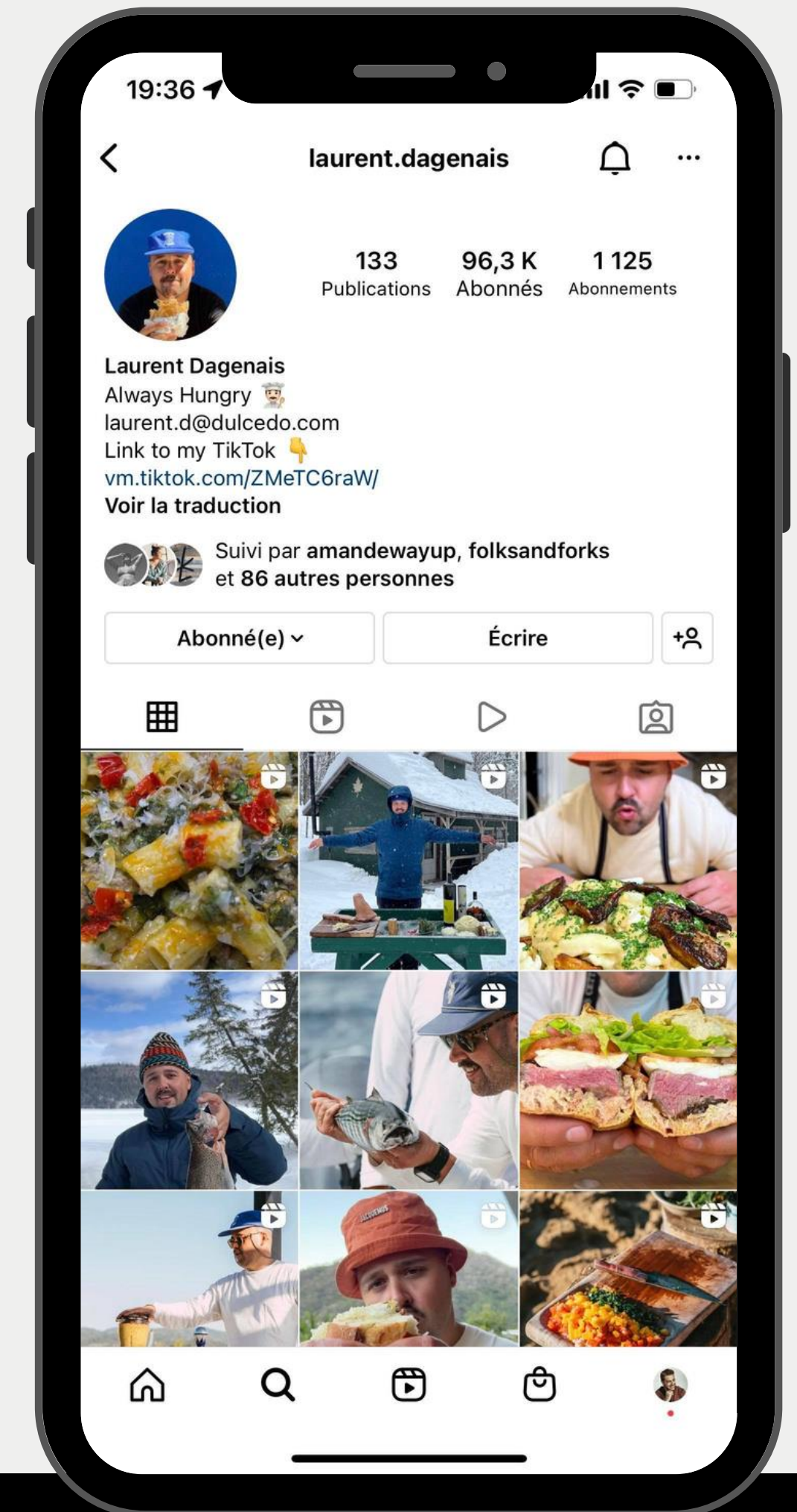
Quel avenir pour Instagram ?

TOUJOURS PERTINENT D'Y PENSER

- Instagram est certes à maturité mais la plateforme est importante à tenir compte.
- Pour les publicités via Meta
- TikTok peut **AIDER** grandement votre Instagram
- Pour diversifier votre contenu, vous ouvrir à d'autres opportunités
 - Ex. Marketing d'influence
 - Ex. Notoriété
 - Ex. Point de contact pour vos clients
- Instagram comme magasin numérique ? (Social Shopping)



L'exemple de
Laurent Dagenais



Le marketing d'influence :

Pourquoi cet outil est maintenant indispensable à votre entreprise

L'influence, ou comment
optimiser le pouvoir des médias
sociaux!

Le **marketing d'influence** : C'est quoi ça ? (simplement)

Des créateurs de contenus /Influenceurs

Des individus ayant une plateforme et produisant du contenu dirigé vers une audience cible.



Des entreprises présentent en ligne

Entreprises de tous genres, ayant une page Instagram, un site web moderne et du marketing numérique fonctionnel.

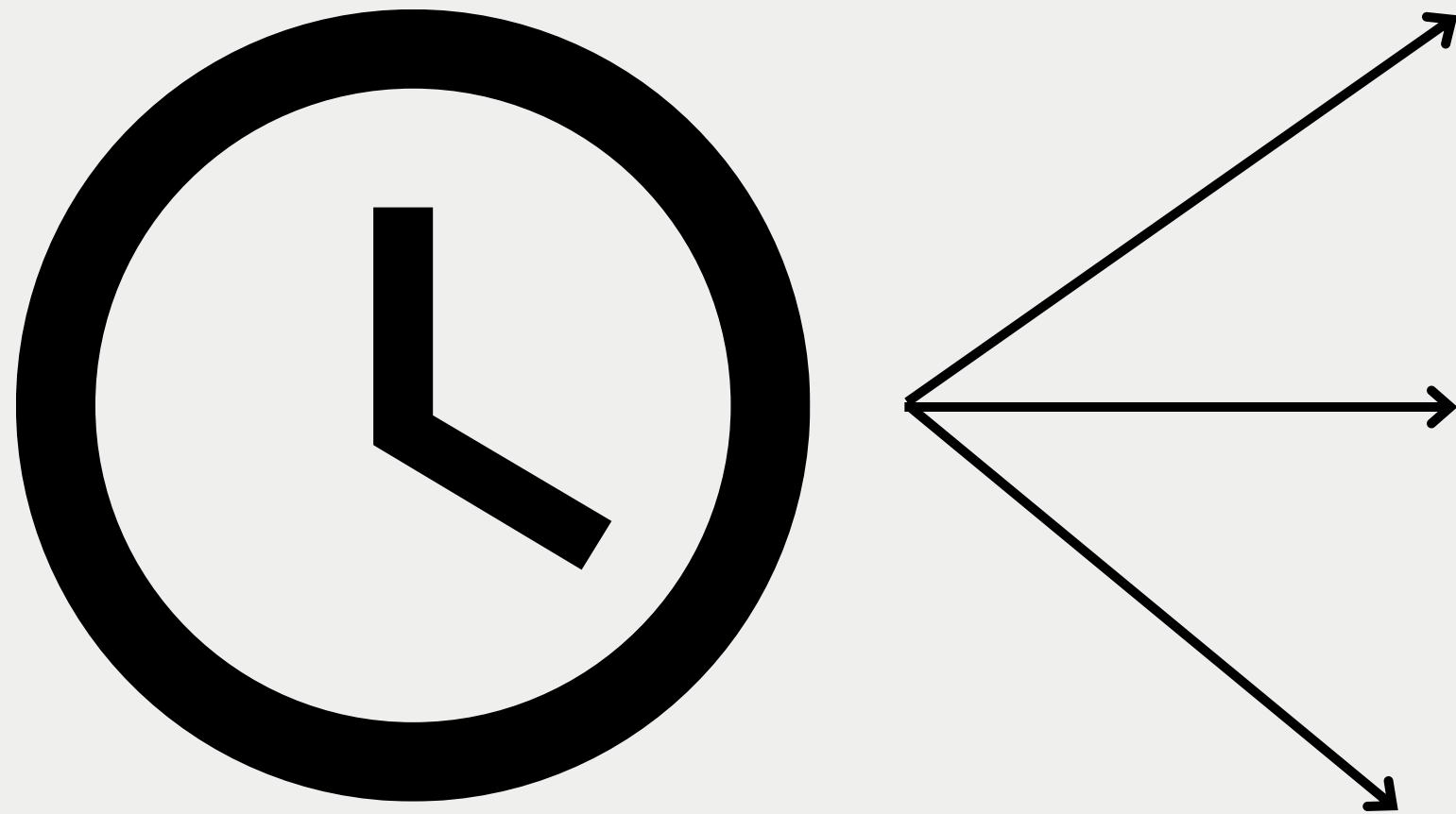
Catalyseur d'image de marque, de notoriété ou de ventes

Bien effectué, le marketing d'influence permet de mettre de l'avant et faire briller l'entreprise devant son audience cible. Le tout pour élargir son public, vendre vos produits ou faire connaître votre entreprise.



Le marketing d'influence

L'IMPORTANTANCE DU TIMING



- Assurez-vous d'être prêt à faire du marketing d'influence!
- Faites coordonner vos offensives avec votre agenda professionnelle d'entreprise
- Faites des recherches pour faire coordonner le moment de votre partenariat avec le «momentum» d'un créateur sur les médias sociaux
 - **Choisissez bien votre créateur**

Le marketing d'influence

QUAND EN FAIRE ?



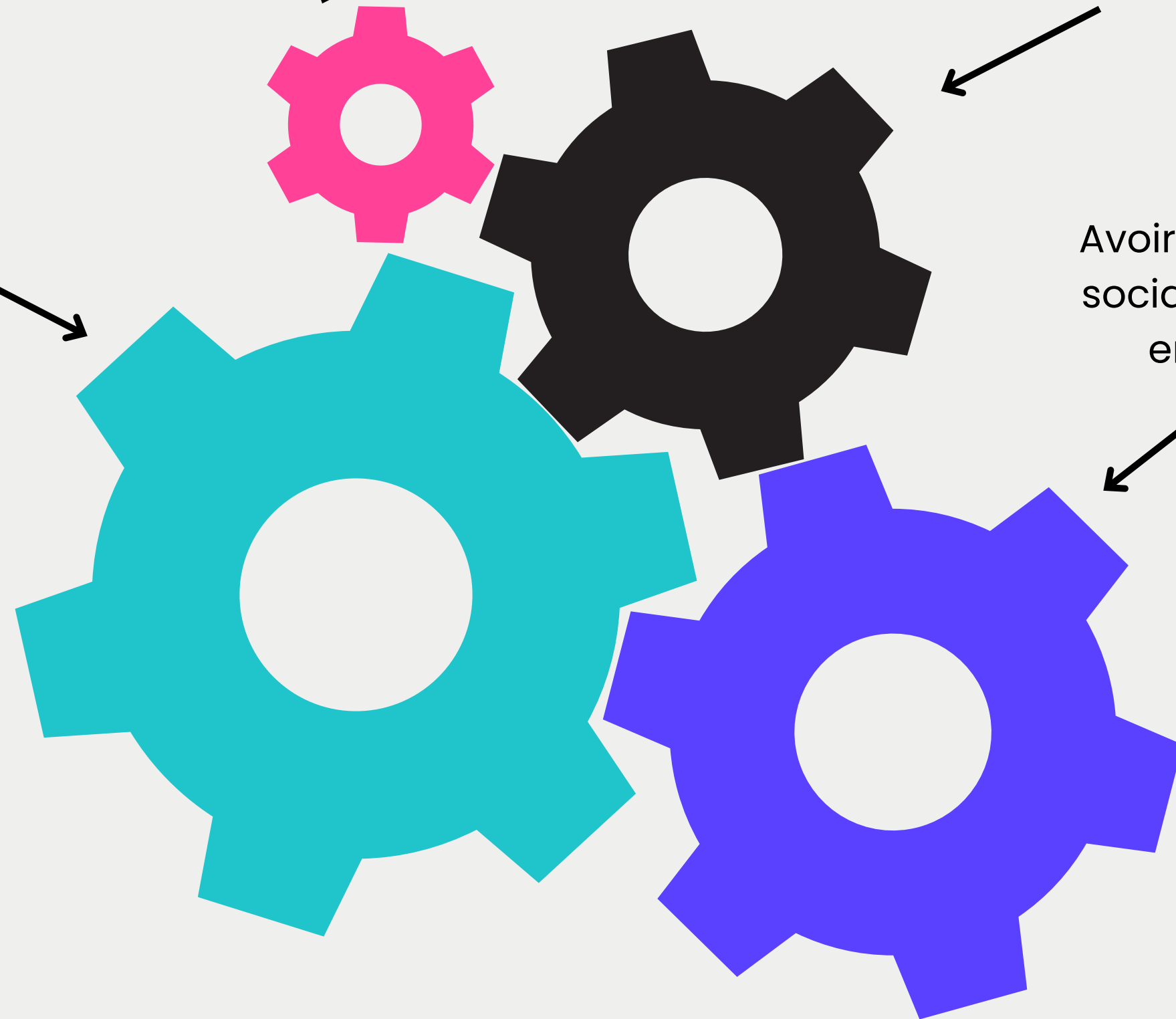
Pour imaginer le tout, le marketing d'influence est comme **l'huile** qui vient faire fonctionner plus vite l'engrenage

Site web transactionnel

Faire sa recherche de son persona cible, objectifs à atteindre etc.

Avoir fait des ventes par soi-même

Avoir des médias sociaux pour son entreprise



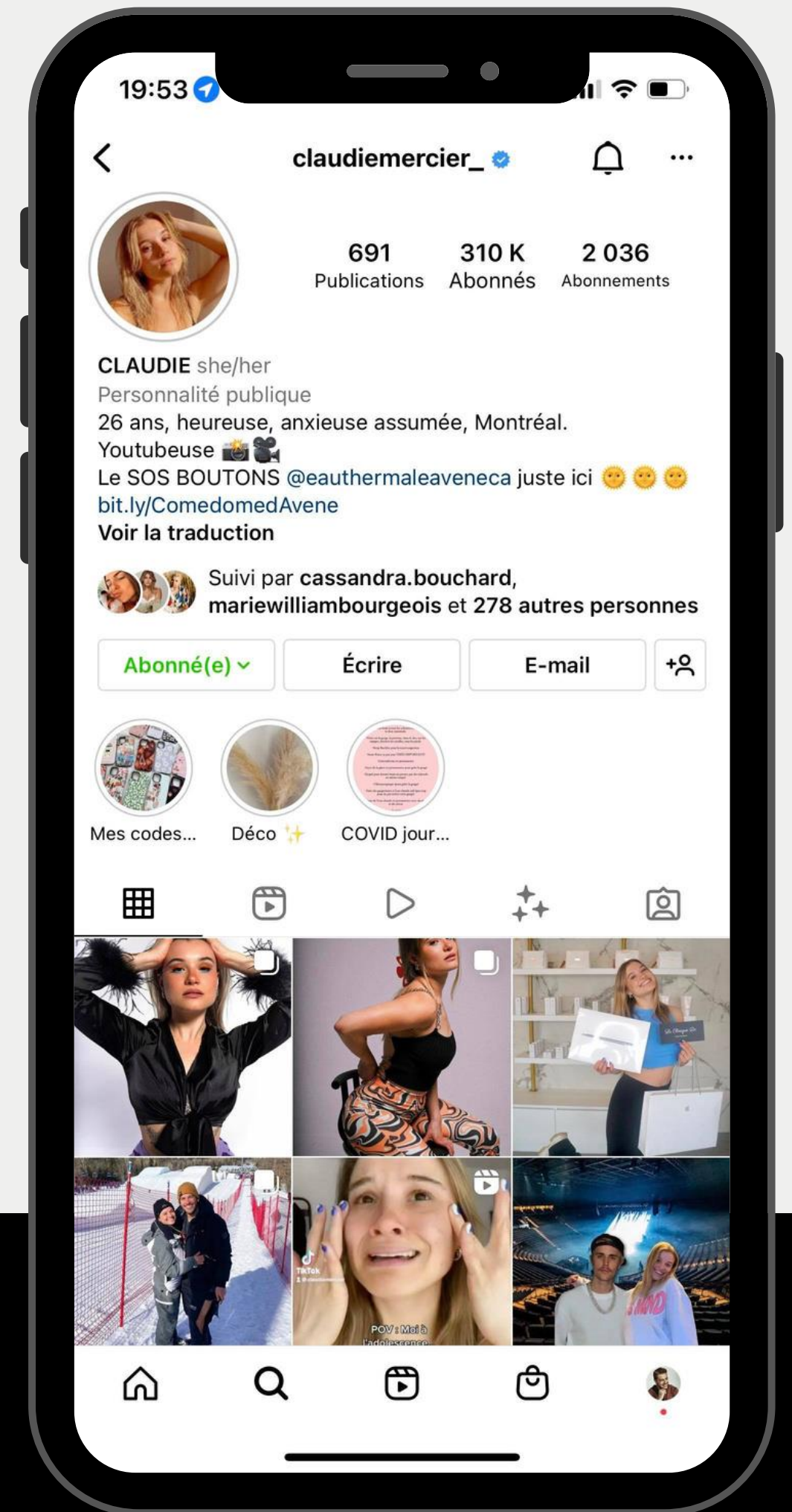
Par où commencer ?

COMMENT CHOISIR UN INFLUENCEUR



Flash Info

- Il y a plusieurs types d'influenceurs. Des gros, des petits, des moyens. Des bons, des moins bons.
- Faites vos devoirs, observez leurs contenus
- Interagissez avec leur contenu
- Ayez des objectifs clairs et faites arrimer votre contenu avec celui de l'influenceur
- Souvent les agences de marketing d'influence sont bonnes pour vous conseiller



Le marketing d'influence

L'OBJECTIF. QUEL BUT FINAL CHERCHE-T-ON ?

Notoriété

Voulez-vous gagner des abonnés, grossir votre audience et avoir du «social proof» de la part du grand public ?

Ventes

Voulez-vous générer du trafic sur votre site transactionnel et passer un message clair qui dirige les gens à acheter votre produit rapidement. Avez-vous une promotion en cours ? Avez-vous du stock à écouler ? Etc

Le marketing d'influence

L'OBJECTIF. QUEL BUT FINAL CHERCHE-T-ON?

Hybride

Voulez-vous faire une campagne en plusieurs étapes ayant comme objectifs de gagner de la notoriété et élargir votre audience, dans un but de convertir ensuite cette audience à votre produits ?

Les micros-influenceurs

UNE RESSOURCE INDISPENSABLE



- Sont d'excellents portes-paroles de votre entreprise
- Peu dispendieux
- Fort engagement de leurs audiences
- Excellents pour du «content marketing» que vous pouvez réutiliser pour vos médias sociaux
- Accessibles rapidement

Le marketing d'influence

LE BRIEF, LES LIVRABLES, LES ATTENTES

LE BRIEF

C'est quoi ça?

LES LIVRABLES

C'est quoi ça?

LES ATTENTES

Elles doivent être claires

Le point de contact : Primordial pour connecter avec l'influenceur et son agence

Vous devez penser aux points suivants AVANT d'écrire un courriel

Le sujet du courriel doit être révélateur

Soyez court, concis et séparez bien vos éléments importants

Professionnalisme, vous voulez faire de la business avec eux.

Mettez vos liens importants (site web, médias sociaux, autres) cliquables facilement dans le courriel

Parler des livrables et échéanciers clairement

Proposez une plage horaire pour discuter, pour vous joindre, pour parler plus amplement de la collaboration en question

Mot de la fin

Et oui, il n'en reste pas gros, c'est presque fini!

Ça fait beaucoup d'informations
en peu de temps mais en
espérant avoir allumé des
lumières dans votre tête.

Un petit défi sur TikTok pour vous!

Vous êtes partant.es?



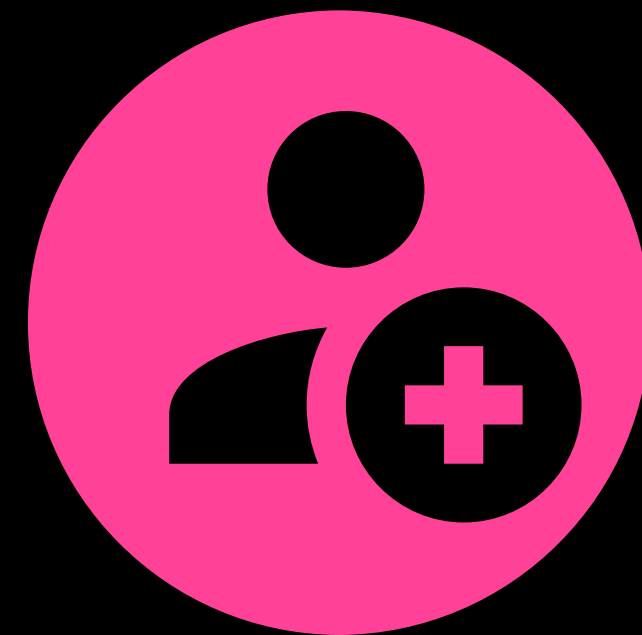
30 jours



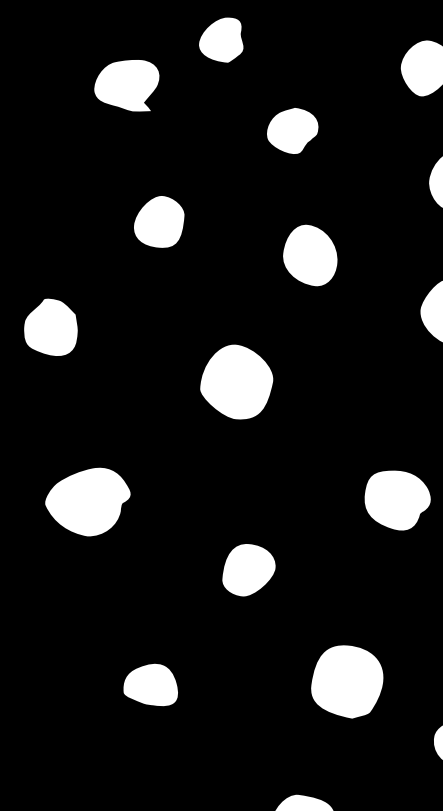
30 vidéos



3-5 thématiques



1000 abonnés



En terminant Gilles Vigneault a déjà dit :

«Tout a déjà été dit mais pas par moi!»

Pour ma part, je le modifie par :

«Tout a déjà été crée, filmé, publié sur les médias sociaux mais pas par vous!»

ALORS, ALLEZ-Y CRÉÉZ !

DES QUESTIONS ?



**Marketing
d'influence**



TikTok



Médias sociaux



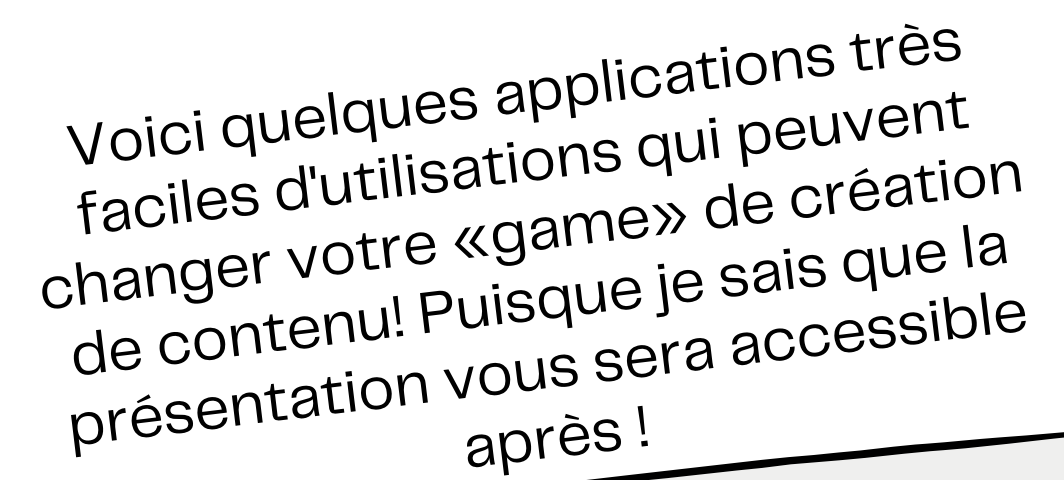
Me contacter

"Des collaborations
porteuses de sens"

- **Cellulaire**
(514) 629-4383
- **Adresse courriel**
jgrandmont@jinfluence.biz
- **Instagram**
@jaygrandmont
<https://www.instagram.com/jaygrandmont/>
- **TikTok**
@jaygrandmont
<https://www.tiktok.com/@jaygrandmont?lang=en>

Annexes :

Quelques outils pouvant vous être utiles pour vous lancer et créer!



Voici quelques applications très faciles d'utilisations qui peuvent changer votre «game» de création de contenu! Puisque je sais que la présentation vous sera accessible après !

Applications pour vous aider avec votre création de contenu

INSHOT

Pour éditer rapidement des courtes séquences vidéos, montages de base, rapide et efficace

CANVA

Pour des templates de stories, des posts IG, une présentation, des affiches

CAPCUT

Fait par TikTok, donc super facile d'utilisation pour éditer hors de l'application

LIGHTROOM

Modifier rapidement et professionnellement des photos pour Instagram, Facebook, ou autre média social, une belle photo fait souvent toute la différence.



Applications pour vous aider avec votre création de contenu

MOJO

Parfait pour faire des stories Instagram différentes, professionnelles et le tout rapidement sans trop de soucis

VN

Logiciel et ou application de montage vidéo facile d'utilisation et version gratuite pleine de ressources utiles

UNFOLD

Pour faire du contenu différent, semblable à Canva. S'utilise de manière différente mais tout aussi intuitive.

SPLICE

Pour faire des courtes vidéos et faire du montage rapide de belle qualité



Résumé rapide de certaines statistiques importantes pouvant vous aider dans les médias sociaux

Portée

Nombre de vues uniques de votre contenu

Impressions

Nombre de fois que votre contenu a été vu au total

Engagement

Pourcentage de l'audience de l'influenceur qui interagit avec son contenu selon un calcul moyen avec les likes, les commentaires et les partages de son contenu

Type d'influenceurs

Nano : En bas de 10 000 abonnés
Micro : En bas de 20 000 abonnés

Macro : En haut de 100 000 abonnés
Méga : En haut de 500 000 abonnés
Personnalité publique : 1 Million et plus



Le marketing d'influence

DIFFÉRENTS MOYENS DE RÉMUNÉRATION

Affiliation
(redevances)

Cachet fixe

Hybride et à la
performance