



MANOP
INFLUENCE



SEPTEMBRE 2021

SOMMAIRE

1. VOCABULAIRE LIÉ À L'INFLUENCE	3
2. LE CONTEXTE	3
3. POURQUOI UN MANOP INFLUENCE ?	4
4. QUELS TYPES D'ACTEURS CONCERNÉS ?	4
5. L'OUTIL INDISPENSABLE : KOLSQUARE	5
6. LE PROCESS	6
7. LA COLLABORATION	7
8. TEMPLATE DE BRIEF	8
9. LES JEUX CONCOURS	9
10. CONCLUSION	11

1. VOCABULAIRE LIÉ À L'INFLUENCE

Influenceur : personne ou profil influent sur les réseaux sociaux

Followers : nombre d'abonnés sur le réseau social

Ambassadeur : égérie d'une marque sur les réseaux sociaux - contrat à long terme

Audience : correspond à l'ensemble des followers de l'influenceur

Crédibilité d'audience : score sur 100 délivré par des plateformes d'audit comme Kolsquare, qui permet d'évaluer la qualité de l'audience (faux abonnés, faux likes, faux commentaires, robots...). Un bon score de crédibilité d'audience est un score au dessus de 60/100

Taux d'engagement : nombre total d'engagement (likes, commentaires, partages et sauvegardes) / nombre d'abonnés de l'influenceur :

Entre 0 et 2 % : taux faible

Entre 2 et 4 % : taux moyen

Entre 4 et 8 % : taux excellent

Media Value : le Earned Media Value Index est le standard du marché pour mesurer le ROI du marketing d'influence.

Cet index prend en compte des facteurs issus de la publicité en ligne comme le coût par Impression et le coût par engagement de chaque réseau. Il permet de comparer les coûts des publications d'influenceurs (earned media) à ceux d'une campagne publicitaire (paid media) à performance équivalente.

Impressions : total de vues sur une publication

Portée : nombre de personnes uniques qui ont vu la publication

2. LE CONTEXTE

Ce MANOP a pour objectif de vous donner la marche à suivre dans le cadre de partenariats que vous souhaitez mettre en place entre votre magasin et un acteur influent de votre ville et/ou région.

3. POURQUOI UN MANOP INFLUENCE ?

Aujourd'hui il est très facile de tricher sur les réseaux sociaux: beaucoup de profils achètent leurs abonnés ou encore leurs likes, pour se créer de fausses communautés et ainsi espérer attirer les marques.

Afin de déjouer ces stratagèmes et pour vous aider à toucher un maximum de vraies personnes, nous mettons à votre disposition notre expertise ainsi que tous les outils nécessaires à la gestion contractuelle d'un ambassadeur FitnessBoutique, pour une collaboration réussie.

Chaque collaboration doit ainsi être contractualisée afin d'éviter tout litige et manquement aux obligations de l'ambassadeur.

4. QUELS TYPES D'ACTEURS CONCERNÉS ?

Les typologies de personnes concernées par ce MANOP sont :

- les Influenceurs de tous les réseaux sociaux existants
- les coachs sportifs
- les athlètes et sportifs de haut niveau
- les équipes sportives amateurs et professionnelles
- les entraîneurs
- les nutritionnistes, diététiciens, kinésithérapeutes et autres métiers liés à la santé
- d'une manière générale, toutes les personnes qui ont de l'influence auprès d'une communauté physique ou virtuelle

5. L'OUTIL INDISPENSABLE : KOLSQUARE

Kolsquare est une plateforme en ligne qui regroupe la quasi-totalité des influenceurs français. Cette plateforme nous permet d'étudier le profil, de savoir si l'audience est achetée ou non, de connaître le taux d'engagement, les centres d'intérêt de l'audience, ainsi que la localisation de l'audience. Cette plateforme nous permet aussi de suivre les parutions des influenceurs sur toutes les plateformes sociales et donc l'avancement de nos campagnes influence.

Il est aussi possible d'analyser le contenu de l'influenceur par mot clé et de garder un œil sur la croissance de sa communauté. Tout cela nous permet d'optimiser au maximum nos campagnes influenceurs. Plus d'information : <https://www.kolsquare.com/fr>

Un widget Google Chrome est téléchargeable gratuitement sur votre ordinateur et vous donne les informations de base. Pour pouvoir l'utiliser il est nécessaire de [se créer un compte sur la plateforme](#). Il n'est pas nécessaire d'acheter la licence, la version gratuite suffit.

Analyse Kolsquare du compte FBFR :

The image shows a composite view of an Instagram profile and a Kolsquare analysis overlay. The Instagram profile is for 'fitnessboutiquefrance', featuring 1805 publications and 73,1k followers. The Kolsquare overlay provides detailed audience insights:

- SCORE DE CREDIBILITE DE L'AUDIENCE:** 73.2K (Community), 0.42% (Engagement Rate).
- COMMUNAUTE:** 73.2K (Community), 0.42% (Engagement Rate).
- STATISTIQUES SOCIO-DEMO:**
 - Localisation: France (75.4%)
 - Age et Genre: 65%
 - Interets: Sport & Fitness
 - Langues: Français

6. LE PROCESS

Pour la mise en place d'un partenariat avec un influenceur ou un ambassadeur, voici les différentes étapes à suivre, afin de faciliter les collaborations.

Étape 1 : Envoyer le profil (compte Instagram, site web...) au service marketing N4Brands pour une étude approfondie, basée sur les critères suivants :

- Qualité de l'audience (score Kolsquare > à 70/100)
- Taux d'engagement (score Kolsquare > 4%)
- Localisation de l'audience (+ de 60% de la communauté doit être localisée en France)
- Âge de l'audience (+ de 60% de la communauté doit être âgée de 18 à 35 ans)
- Qualité des contenus et des prises de parole
- Corrélation avec l'image et les valeurs de FitnessBoutique

Étape 2 : Signature d'un contrat tripartite de 12 mois avec période d'essai de 3 mois entre l'ambassadeur, le magasin et N4brands, fourni par N4brands. Un code coupon nominatif sera fourni à l'ambassadeur pour pouvoir suivre le CA supplémentaire qu'il génère au magasin.

Étape 3 : Rétribution à l'influenceur de l'équivalent de 10% du CA H.T qu'il aura généré dans le magasin partenaire grâce à son code coupon nominatif. Cette rétribution se fera sous forme de dotation produits et sera fournie par le magasin partenaire.

Étape 4 : Le service marketing N4brands fournira chaque mois un reporting sur le CA H.T réalisé par l'ambassadeur grâce à son code coupon nominatif au sein même du magasin partenaire, pour permettre au magasin de savoir quelle dotation prévoir.

Étape 5 : Le magasin se chargera de réaliser les dotations en fonction de la sélection de l'ambassadeur : c'est-à-dire offrir à l'influenceur les produits qu'il désire à la hauteur des 10% du CA H.T généré dans le magasin partenaire grâce au code coupon nominatif.

Étape 6 : Les profils seront de nouveau soumis à la validation du service marketing N4brands tous les 12 mois. Le contrat n'est pas renouvelable tacitement pour nous permettre de vérifier que le profil correspond toujours à nos attentes et également pour challenger l'ambassadeur sur la qualité et la pertinence de ses contenus.

7. LA COLLABORATION

Le brief

Une fois le contrat signé, la collaboration peut débuter. Dans un premier temps, il faut s'assurer que les contenus que l'on va demander à l'influenceur soient en adéquation avec l'image et les valeurs de FitnessBoutique. Il est donc primordial de rédiger un brief détaillé de vos attentes, pour cadrer la création de contenu de vos ambassadeurs tout au long de votre collaboration.

Exemple de brief :



BRIEF - PUBLICATION AMBASSADEURS TOUR

Date de publication : avant le vendredi 28/05/2021

Contenu : stories Instagram + post

Mentions : @fitnessboutiquefrance sur tous les écrans stories et dans la description de la publication

Quelques consignes pour la story :

STORY 1 - 2 écrans

- Annoncer l'arrivée de l'équipe FitnessBoutique la veille de la rencontre et expliquer son déroulement
- Expliquer le fait que vous faites maintenant partie de la team FitnessBoutique
- Mentionner @fitnessboutiquefrance sur chaque écran

STORY 2 - 1 écran

- Relai de la vidéo du projet (fin mai/début juin)
- Mentionner @fitnessboutiquefrance

Quelques consignes pour la publication

- Intégrer les mots clés "ambassadeurs FitnessBoutique" + la mention @fitnessboutiquefrance dans la description
- Mettre en avant une photo ou une vidéo prise lors de la rencontre par exemple. Le but étant simplement de mettre la marque dans sa globalité en avant.

> **IMPORTANT :** Porter une attention particulière à l'éclairage et la stabilité des photos et vidéos. Pas de grossièretés, restons polis ;)

Informations à retrouver obligatoirement dans un brief :

1. Dates de publication demandées
2. Fréquence de publication souhaitées
3. Type de contenu : stories, posts, Reel, IGTV...
4. Mentions obligatoires
5. Les consignes associées à la prise de parole

8. TEMPLATE DE BRIEF

Nous vous invitons à sauvegarder ce modèle de brief que vous pourrez réutiliser pour tous vos influenceurs.

BRIEF - PUBLICATION AMBASSADEURS

Date de publication :

Contenu :

Mentions :

Quelques consignes pour la story :

STORY 1 - X écrans

-
-

STORY 2 - X écrans

-
-

Quelques consignes pour la publication

-
-

> IMPORTANT : Porter une attention particulière à l'éclairage et la stabilité des photos et vidéos. Pas de grossièretés, restons polis ;)

9. LES JEUX CONCOURS

Dans le cas où votre ambassadeur ou vous-même souhaitez mettre en place un jeu concours sur ses réseaux sociaux, voici plusieurs consignes à respecter scrupuleusement.

Le règlement :

Tous les jeux concours (réseaux sociaux et magasin) doivent être accompagnés d'un règlement en précisant :

1. les coordonnées de l'organisateur
2. la méthode utilisée pour désigner les gagnants
3. les dates de validité
4. les personnes autorisées à participer
5. la valeur et le descriptif du ou des lots
6. la date et le moyen de communication d'annonce des gagnants
7. la remise des lots (envoi postal, remise en main propre, téléchargement),
8. la mention RGPD
9. Indiquer dans le règlement que le jeu concours n'est pas affilié, organisé ou sponsorisé par Instagram ou Facebook et qu'ils se dégagent de toute responsabilité en cas de contentieux (pour les jeux concours réalisés sur les réseaux sociaux)

Le règlement du jeu concours doit être accessible pour toutes les personnes souhaitant participer au jeu concours et ce pendant toute sa durée. Il peut être hébergé sur le site internet FitnessBoutique pour un concours sur les réseaux sociaux ou être imprimé en magasin pour les concours en magasin.

N'hésitez pas à solliciter le service marketing pour une mise à disposition d'un règlement type.

Participation :

La participation ne doit pas être sous jacente à une action du participant sur les réseaux sociaux de type :

- identifier un ami pour participer à un jeu concours Facebook / Instagram
- partager un lien sur son propre compte pour participer
- partager un lien sur le compte d'un ami pour participer

Attentions aux données des participants (ne pas utiliser ses coordonnées pour lui proposer au delà du jeu nos produits, offres etc), au droit à l'image dans le cas de publication de photos.

Vous trouverez toutes les règles sur les sites officiels :

Instagram : <https://help.instagram.com/179379842258600>

Facebook : https://www.facebook.com/policies/pages_groups_events/#

Tirage au sort :

Le tirage au sort ne doit pas obligatoirement se dérouler en présence d'un huissier de justice. Néanmoins, la procédure choisie pour effectuer le tirage au sort du ou des gagnants doit être stipulée dans le règlement du jeu concours.

Le jeu ne doit pas être déloyal selon l'article [L121-1 du code de la consommation](#)

Le service marketing est bien évidemment à votre disposition pour la mise en place de vos premiers jeux concours si besoin.

10. CONCLUSION

Vous avez désormais toutes les clés en main afin de déployer votre stratégie d'influence. Vos ambassadeurs peuvent être un réel générateur de ventes et de trafic en magasin ! Vous l'aurez compris, l'influence est un métier basé sur le relationnel et requiert une attention quotidienne, de la réactivité et de l'organisation.

Les outils proposés vous aideront à vite devenir efficace dans la gestion de vos campagnes d'influence afin de passer un maximum de temps à la vente et au conseil.

Cette charte d'utilisation sera mise à jour au fur et à mesure en fonction des évolutions majeures du milieu de l'influence.

Nous restons à votre disposition tout au long de l'année sur marketing@n4brands.com pour répondre à vos questions et vous aider à aller plus loin dans vos projets de campagne.

Merci à tous pour votre implication !

Maéva NAVAS

Influence Manager

FITNESS
BOUTIQUE ®

MANOP

INFLUENCE