



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Consultant en Marketing d'Influence

Missions

Le Consultant en Marketing d'Influence conçoit et pilote des stratégies impliquant des créateurs de contenu et influenceurs afin de promouvoir une marque ou un produit. Il identifie les profils pertinents, négocie les collaborations, suit les performances, et ajuste les campagnes.

AUTRES APPELLATIONS :

Consultant Influence

Stratège en Marketing d'Influence

Expert Influence Digitale

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

SPÉCIFICITÉS :

Métier émergent



Principales activités

- Définir la stratégie d'influence en concevant et en mettant en place des campagnes alignées avec les objectifs marketing et les valeurs des marques clientes.
- Identifier et sélectionner les influenceurs en repérant les profils les plus pertinents selon l'audience, l'engagement et l'authenticité.
- Gérer les partenariats et négocier en mettant en relation les marques avec les créateurs de contenu, en rédigeant les briefs et contrats, et en assurant le suivi des collaborations.
- Piloter et suivre les campagnes en analysant les performances (KPI, ROI), en réalisant des reportings détaillés et en formulant des recommandations d'optimisation.
- Assurer une veille et anticiper les tendances en suivant les évolutions des plateformes, les nouveaux formats de contenu et les réglementations du secteur.



Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Identifier et analyser les influenceurs, leurs communautés, et leur adéquation avec les valeurs de la marque pour cibler ceux qui pourraient potentiellement le mieux répondre aux objectifs poursuivis.
- Élaborer des stratégies de marketing d'influence adaptées aux objectifs des annonceurs.
- Identifier les bons leviers et cibler les bons influenceurs potentiels pour répondre aux objectifs de communication et marketing du client.

▼ Négocier, acheter, vendre

- Gérer les relations avec des partenaires et négocier des contrats de collaboration avec les agents et les influenceurs.
- Présenter et défendre la stratégie proposée en interne et avec le client pour la valider et négocier un budget pour la mettre en œuvre.

▼ Piloter un projet

- Coordonner les influenceurs, les chargés de relation en interne et les équipes marketing, commerciales et créatives en cohérence avec la stratégie d'influence élaborée

▼ Assurer un suivi de la campagne de communication

- Réaliser des analyses statistiques et interpréter des données d'audience et d'engagement
- Mesurer les résultats et la performance de la campagne en lien avec les équipes de gestion et optimisation des campagnes (Data Analyst, Social Media Manager, Expert Media)

▼ Mener une veille et documentation

- Réaliser une veille sur les évolutions des marchés, des tendances sociétales et des outils numériques pour pouvoir identifier toutes les nouvelles opportunités.
- Identifier les influenceurs émergents avec qui développer des partenariats en fonction de leur cohérence avec la politique de l'agence et ses clients

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Réseaux sociaux
- > Influence
- > Production audiovisuelle
- > Gestion de projet
- > Gestion budgétaire
- > Stratégie
- > Analyse de performance
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Tendances marché publicitaire
- > Plateformes de gestion des influenceurs
- > Négociation
- > Outils de gestion de campagnes publicitaires

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Organiser son travail selon les priorités et les objectifs
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de réactivité
- > Gérer son stress
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Ce métier évolue avec l'émergence de nouvelles plateformes sociales, l'importance accrue des micro-influenceurs, et la nécessité de mesurer précisément le retour sur investissement des campagnes. L'essor des plateformes émergentes, la professionnalisation des créateurs de contenu et les exigences croissantes en transparence et éthique redéfinissent les stratégies d'influence

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur Marketing et Communication
- Directeur/trice de Clientèle
- Planneur stratégique
- Chargé des Relations avec les Influenceurs
- Social Media Manager
- Data Analyst
- Expert media

En externe

- Clients
- Relais d'influence (les influenceurs et leurs agents)

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en Marketing, Communication Digitale ou Management

Expériences recommandées

- › Expérience de 2 à 5 ans dans le marketing ou les réseaux sociaux, avec une forte compréhension des dynamiques d'influence digitale. Une excellente culture des réseaux sociaux est indispensable

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Consultant en Marketing d'Influence

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Social Media Manager

Agent de freelances ou d'influenceurs

EVOLUTIONS POSSIBLES