

STAND A24

Communiqué de presse
Paris, Avril 2019

[Conférence] Reech et Givenchy : Comment associer créativité et Data dans une campagne d'influence marketing ?

À l'occasion du salon E-marketing Paris, Reech anime une conférence (Le 9 avril à 16H00 en Salle 4) avec les Parfums Givenchy - Groupe LVMH sur l'alliance entre Data et créativité dans une campagne de marketing d'influence. Guillaume DOKI-THONON, Fondateur et CEO de Reech et Elise WILHELM, Chef de Projet Digital - Social Media & influence de LVMH Fragrance Brands - Parfums Givenchy, reviennent sur cette campagne de lancement du parfum « L'Interdit ».

Un dispositif 100% Instagram avec 5 influenceuses - 1 concept inédit.

La stratégie proposée est d'immerger les communautés dans l'univers de « L'Interdit » en activant ces influenceuses aux profils audacieux qui vont s'approprier le concept de la campagne publicitaire TV, en l'adaptant à leur propre ligne éditoriale. Elles réinterprètent le storytelling de la publicité de "L'Interdit", jouent l'égérie de la marque et le diffusent en Story. Les influenceuses créent donc des publications qui dévoilent peu à peu, sous forme de teasing, l'univers et les détails de la gamme.

Ces mini-séquences racontent chacune une histoire qui se transforme alors en court métrage plongeant les communautés dans L'Interdit. Une ligne éditoriale qualitative, avec une patte artistique propre à chacune. **“Reprendre le vrai sens du mot “Stories“ pour raconter une histoire”**. Résultats : **3 millions d'impressions totales** (Stories et posts Instagram), **une audience de 1 million de vues et 165 000 interactions**.



Cette campagne a reçu le prix de la Meilleure Campagne d'Influence au Grand Prix du Social Media fin 2018.



À propos de Reech :

Créée en septembre 2015 par Guillaume DOKI-THONON, Reech est la première “Brand Tech” du marketing d’influence, née de l’association d’un outil technologique propriétaire à une équipe de plus de 40 experts qui accompagnent les marques et les meilleurs influenceurs dans leur stratégie d’activation.

Présente à Paris depuis 2015 et à Madrid depuis 2018, Reech a déjà réalisé plus de 600 campagnes en France et en Europe, pour 150 marques et groupes tels que Kellogg’s, Cultura, Unilever, Givenchy ou encore Schneider Electric.

Les chiffres clés de l’étude Influenceurs 2019 by Reech

- Top 3 des réseaux les plus engageants, **Instagram** en majorité écrasante à **72%**
- **60%** des influenceurs ont entre 19 & 30 ans
- **48,5%** sont accompagnés par des agences/platformes experte en marketing d’influence
- **+63%** ont reçu + de demandes de partenariats en 2018 que l’année précédente
- **57%** sont + intéressés par le produit et **25%** placent les valeurs de la marque comme critère primordial de choix d collaboration
- **75%** des demandes de partenariats concernent le placement de produit
- **95%** déclarent **informer** leur audience de leurs partenariats
- **77%** des followers perçoivent les partenariats comme **positifs**

Consultez l’étude complète sur www.reech.com

Contact presse : Céline TESSIER

celine@reech.com | +33(0)1 84 20 24 89

STAND A24