

Influence Marketing

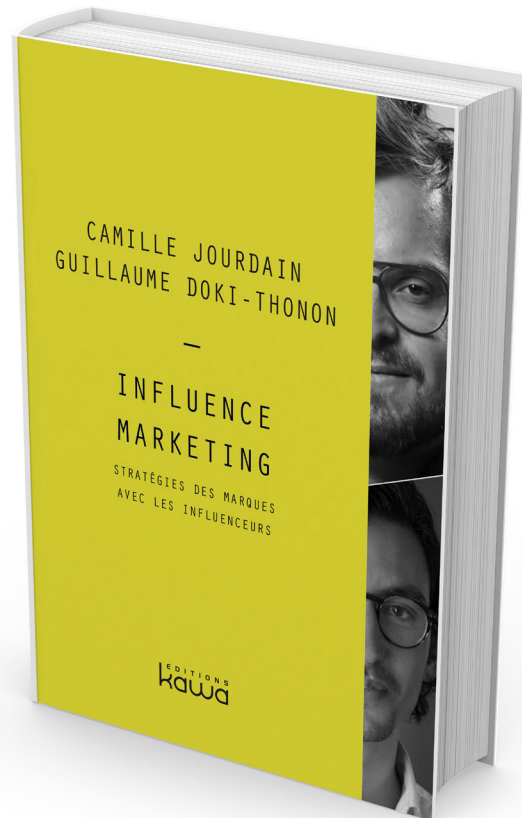
Stratégies des marques avec les influenceurs

Un livre de **Camille JOURDAIN** et **Guillaume DOKI-THONON**

L'Influence redéfinit les contours d'un Marketing en pleine mutation. Nous ne sommes plus dans l'ère du monopole des traditionnelles campagnes publicitaires et pour réussir leurs campagnes de communication sur les réseaux sociaux, les marques doivent miser sur des collaborations avec les influenceurs.

Rares sont celles qui utilisent les programmes influenceurs efficacement, dans un esprit gagnant-gagnant et avec suffisamment de transparence. Pour autant, il y a là une véritable opportunité de s'associer avec des influenceurs pour véhiculer leurs messages, et notamment en sollicitant des micro-influenceurs pour générer des taux d'engagement importants.

Quelles sont les tendances de l'Influence Marketing ? Quelles stratégies adopter avec les influenceurs ? Quels types de partenariat mettre en place avec eux ? Quels contenus préfèrent-ils publier sur les réseaux sociaux Instagram, Facebook, YouTube et Twitter ? Quelles marques tirent leur épingle du jeu avec des campagnes créatives et efficaces ? Découvrez des bonnes pratiques de collaboration, des exemples concrets analysés et des témoignages d'experts en Influence Marketing.



Camille Jourdain

Consultant en Influence Marketing et Social Media, Camille accompagne des grandes marques et des start-ups comme Reech dans leur problématique de communication sur les réseaux sociaux et avec les influenceurs. Indépendant depuis 2018, il a travaillé en tant que Community Manager, Social Media Manager puis Responsable de la Communication Digital en agence.



Formateur dans le supérieur, il transmet son expertise en école de commerce et communication depuis plus de 8 ans (ISEG, ISCOM, ISTC, SKEMA).

Blogueur, il prend la parole sur camillejourdain.fr depuis 2008 et auteur, il a écrit son premier livre sur Twitter en 2014 aux éditions Kawa.

Guillaume Doki-Thonon

Entrepreneur depuis l'âge de 21 ans, Guillaume fonde sa première société en parallèle de ses études à NEOMA Business School, qu'il revendra 3 ans plus tard.



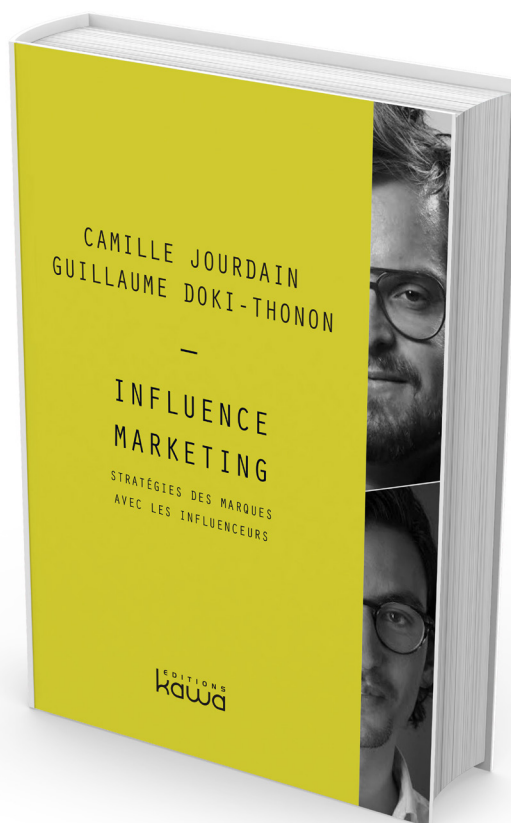
Depuis 2016, Guillaume dirige Reech, la première BrandTech de l'Influence Marketing, née de l'association d'un outil technologique propriétaire à une expertise créative au service de plus de 150 clients.

Guillaume intervient régulièrement lors de conférences et formations sur le phénomène des influenceurs (Union des Annonceurs, ADETEM, Club des Annonceurs, HEC, MBA Digital ISC Paris...).

Le mot de l'éditeur

Il faut sans doute être un peu fou pour être éditeur aujourd'hui. C'est d'ailleurs parfois ce qu'on nous a dit lorsque nous avons créé les Éditions Kawa en 2010, à l'heure du « tout Internet », du numérique et de la virtualisation. Mais c'est probablement cette folie qui nous a permis de garder intacte notre ambition de départ, celle de contribuer au partage des connaissances et des savoir-faire entre ceux qui les décrivent et ceux qui les découvrent. Sans jamais nous départir de notre curiosité, sans jamais chercher à orienter les débats ni à surfer sur les polémiques.

Aujourd'hui, après plus de 150 titres publiés et quelques jolis best-sellers largement médiatisés, notre maison d'édition est devenue une référence dans les domaines du marketing, du digital et de la communication d'entreprise notamment. Peut-être parce que nous sommes fous, c'est vrai, mais aussi parce que nous sommes passionnés. Passionnés par ce monde qui bouge, par ces gens qui ont des choses à dire, par ces auteurs que nous ne nous contentons pas d'accompagner dans leur processus d'écriture mais avec qui nous entretenons dès le premier contact un dialogue étroit, respectueux et amical.



Notre succès, nous le devons sans doute également à notre vision de la « révolution digitale », et à notre conviction qu'elle mérite bien mieux qu'un traitement fugitif et superficiel ; mieux que cette course effrénée à l'information qui fait qu'on n'a plus le temps de se poser les bonnes questions, et encore moins d'écouter les bonnes réponses. Plus précisément, en tant que professionnels du digital, il nous paraît essentiel de nous arrêter par moment sur tous ces sujets qui forment notre quotidien de citoyens, d'entrepreneurs, de consommateurs ou même simplement d'internautes. Le temps d'un livre, justement, pour poser des idées, les développer, les mettre en perspective afin de nourrir nos propres réflexions et, qui sait, de faire évoluer notre point de vue. Le livre que vous tenez entre les mains reflète parfaitement cette volonté.

Xavier Wargnier,
Directeur fondateur des Éditions Kawa

Influence Marketing

Stratégies des marques avec les influenceurs

Prix Public: 29,95€ TTC

Contact presse : Céline TESSIER
celine@reech.com | +33(0)1 84 20 24 89 | www.reech.com