



GESTION ET OPTIMISATION DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION ET DU PLAN MEDIA

Chargé des Relations avec les Influenceurs



Missions

Le Chargé des Relations avec les Influenceurs est responsable de la mise en place de collaborations entre une marque et des créateurs de contenus sur les réseaux sociaux. Il analyse les objectifs marketing et l'image de marque pour identifier les influenceurs les plus pertinents, négocie les partenariats et assure le bon déroulement des campagnes. Il veille à la qualité des contenus diffusés et à leur cohérence avec les valeurs et l'image de la marque. Il suit également les performances des actions menées et ajuste les stratégies en fonction des résultats obtenus.

AUTRES APPELLATIONS :

Responsable Influenceurs

Chargé de Partenariats avec les Créateurs de Contenus

Gestionnaire de Marketing d'Influence

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

SPÉCIFICITÉS :

Métier en développement

Principales activités

- Identifier et sélectionner les influenceurs en analysant les audiences, les valeurs et le positionnement des créateurs de contenu afin de garantir leur adéquation avec les objectifs de la marque.
- Concevoir et négocier les partenariats en rédigeant des briefs détaillés sur les besoins et attentes des annonceurs, en proposant des solutions adaptées, en établissant les conditions de collaboration et en assurant le suivi des accords contractuels.
- Piloter et valider les contenus en coordonnant les échanges avec les influenceurs pour garantir la qualité, la cohérence et le respect des messages clés dans les publications, en accord avec les attentes du client, les objectifs de campagne ainsi que le positionnement et le public des influenceurs.
- Analyser et suivre les performances des campagnes en utilisant des indicateurs de mesure (engagement, audience, conversion) afin d'évaluer l'impact des actions menées et d'ajuster les stratégies futures.
- Assurer une veille et anticiper les tendances en suivant l'évolution des plateformes, les changements d'algorithmes, l'émergence de nouveaux influenceurs et les pratiques du marketing d'influence pour optimiser les futures collaborations.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Analyser les besoins et stratégies de communication des marques pour proposer des partenariats pertinents et performants.

▼ Négocier, acheter, vendre

- Construire et entretenir un réseau d'influenceurs en adaptant les approches selon les plateformes et les audiences ciblées.
- Mener des négociations avec les influenceurs ou leurs agents pour définir des conditions de collaboration optimales.

▼ Analyser, exploiter, structurer des données

- Exploiter des outils d'analyse de données pour mesurer l'impact des campagnes et ajuster les futures actions.

▼ Mener une veille et documentation

- Assurer une veille continue sur les tendances digitales et les pratiques du marketing d'influence pour proposer des approches innovantes.
- Identifier les influenceurs émergents avec qui développer des partenariats en fonction de leur cohérence avec la politique de l'agence et ses clients

▼ Superviser une campagne de communication

- Analyser les résultats de la campagne en continu, et proposer des ajustements dans la stratégie ou dans ses déclinaisons pour optimiser les résultats

▼ Piloter un projet

- Travailler en collaboration avec les équipes marketing, créatives et digitales pour intégrer les partenariats d'influence dans une stratégie globale de communication.

Autres compétences

Savoirs

- > Plateformes de gestion des influenceurs
- > Réseaux sociaux
- > Exploitation des outils de CRM
- > Négociation
- > Production audiovisuelle
- > Influence
- > RSE

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Respecter ses engagements, assumer ses responsabilités
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Faire preuve de réactivité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

La diversification des plateformes sociales et l'essor des formats immersifs (vidéos courtes, réalité augmentée) renforcent l'importance d'une stratégie de contenu adaptée. Par ailleurs, la transparence et l'authenticité deviennent des critères clés dans le choix des collaborations. Le Chargé des Relations avec les Influenceurs doit également veiller à l'adéquation entre les influenceurs et l'annonceur sur le volet RSE. Le développement du concept de « micro-influenceurs » entraîne une nouvelle organisation du travail, avec des moyens moindres mais une volumétrie plus élevée.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur de Clientèle
- Consultant en Marketing d'Influence
- Chef de publicité

En externe

- Prestataires
- Régulateur
- Relais d'influence

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+3 en communication, marketing ou relations publiques avec une passion pour les réseaux sociaux et veille permanente sur leurs évolutions et d'excellentes aptitudes relationnelles et sens de l'organisation.

Expériences recommandées

- > Une expérience et une excellente culture des réseaux sociaux est indispensable, qu'elle ait été acquise dans un cadre professionnel ou non

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

Chargé des Relations avec les Influenceurs



Directeur Marketing et Communication

Agent de freelances ou d'influenceurs

MÉTIER DE RÉFÉRENCE

EVOLUTIONS POSSIBLES