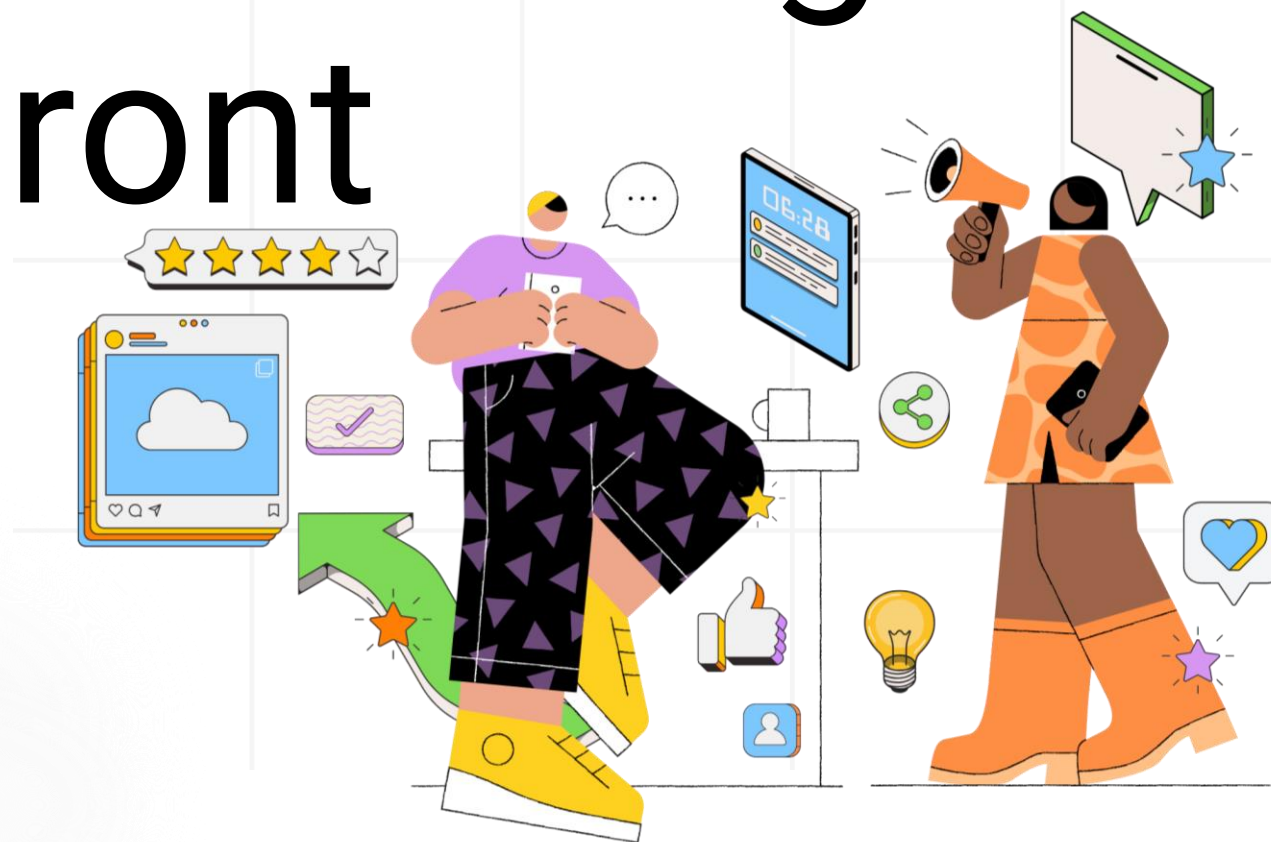


Les tendances de l'influence marketing qui marqueront 2025



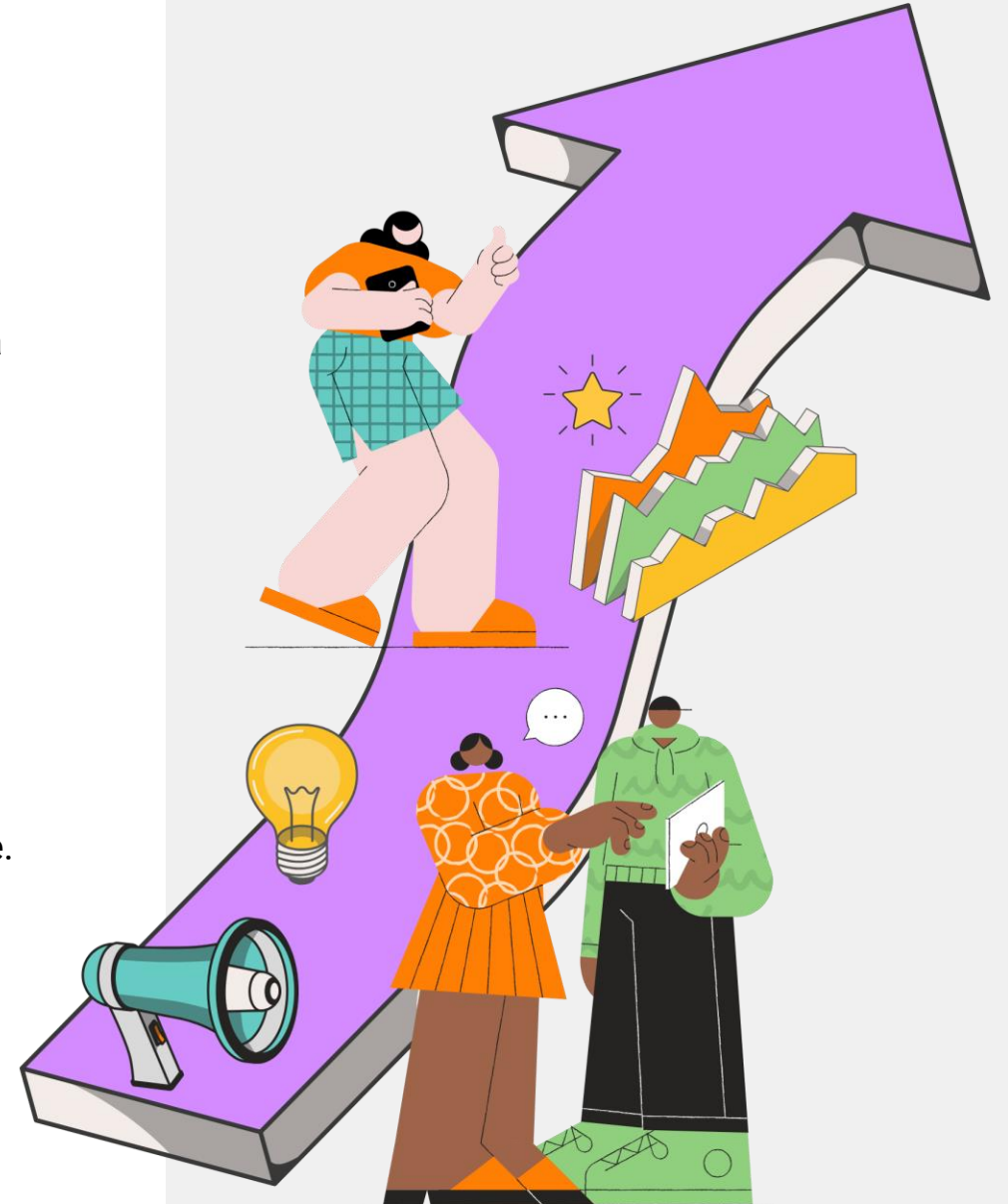
Introduction

C'est à nouveau cette période de l'année où nous, les marketeurs, prenons du recul pour faire le bilan des mois passés et nous préparer aux défis et opportunités à venir.

Chez Territory Influence, cet exercice est naturel. Chaque jour, nous travaillons à construire des stratégies marketing, analyser les données, tester de nouvelles idées et recueillir les avis de notre large réseau de marques, d'influenceurs et de consommateurs. Les tendances qui transforment ce secteur en constante évolution font partie intégrante de notre quotidien.

En 2025, le marketing d'influence évolue plus vite que jamais, avec de nouvelles opportunités et des défis à relever. Cet eBook est votre guide pratique pour suivre les tendances, découvrir les stratégies clés et profiter des innovations à venir. Que vous soyez expert en marketing ou débutant dans le domaine, vous y trouverez les idées et outils nécessaires pour réussir cette année.

Prêt à commencer ? C'est parti !



Tendances 2025

Si vous avez téléchargé cet eBook, vous savez déjà que le marketing d'influence restera un levier essentiel en 2025. Parmi les tendances que nous avons identifiées :

- ★ Renforcer la confiance des consommateurs avec des stratégies authentiques
- ★ Renforcer la fidélité à la marque grâce à des partenariats durables
- ★ Booster les campagnes avec des stratégies basées sur l'IA
- ★ Se connecter aux consommateurs grâce aux nano et micro influenceurs



Au-delà des tendances : pourquoi le ROI reste essentiel

***€3.5M** de budget moyen annuel dépensé par les entreprises européennes en marketing d'influence, avec une hausse prévue en 2025

7 sur 10 marketeurs intègrent l'influence dans leurs stratégies marketing

30 à 35% des taux de croissance annuels montre l'expansion rapide du marché mondial de l'influence

10 à 20% du budget marketing est attribué à l'influence marketing



#1

L'authenticité
comme valeur
fondamentale

Renforcer la confiance avec des stratégies d'influence authentiques

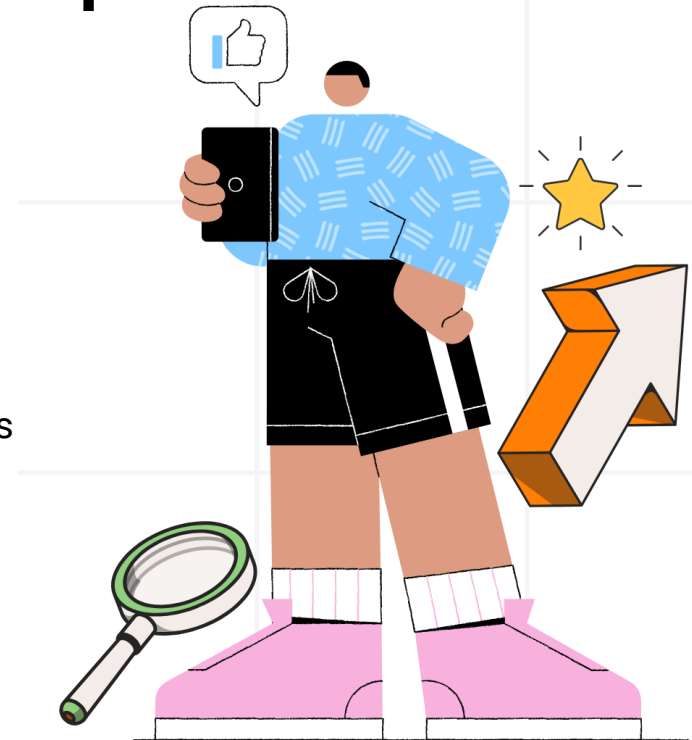
Pourquoi c'est une tendance ?

Les attentes des consommateurs changent. Pendant longtemps, les réseaux sociaux ont été remplis de contenus trop parfaits et de publicités déconnectées de la réalité.

Désormais, l'authenticité est essentielle pour gagner leur confiance et leur fidélité. Sans elle, les consommateurs se désengagent vite, cessent de suivre les influenceurs déconnectés et évitent les marques qui ne reflètent pas leurs valeurs.

89% des consommateurs sont plus susceptibles de rester fidèles à une marque qu'ils considèrent comme authentique et digne de confiance.

Ce n'est pas une tendance passagère, mais un signal fort : les marques doivent créer des liens sincères et authentiques dans un espace digital de plus en plus saturé.



Quelques chiffres

Jusqu'à **60%** des consommateurs font plus confiance aux UGC qu'au Brand Content

90% des consommateurs consultent des UGC avant une décision d'achat

76% de la GenZ consulte les influenceurs avant un achat

Le pouvoir de l'authenticité

Pourquoi c'est pertinent pour les marketeurs ?

Consumers Les consommateurs sont de plus en plus attentifs et repèrent rapidement les partenariats peu sincères. Pour les marketeurs, cela signifie qu'il faut revoir la stratégie. Le choix des influenceurs doit tenir compte de leurs valeurs, de leur connexion avec leur audience et de leur authenticité. Les campagnes doivent se concentrer sur des collaborations à long terme, qui montrent une véritable relation entre l'influenceur et la marque, plutôt que sur des promotions ponctuelles.

De plus, avec une vigilance éthique accrue et des attentes de transparence, il est crucial pour les marques de respecter les réglementations pour protéger leur réputation. L'authenticité est essentielle pour se démarquer dans un marché saturé et construire une confiance durable avec l'audience, ce qui impacte directement la fidélité et les taux de conversion.



Nos conseils

- + Ecoutez votre audience
- + Soyez transparent
- + Restez fidèle à vos valeurs
- + Sélectionnez les bons influenceurs
- + Exploitez vos UGC

Renforcer la confiance avec des stratégies d'influence authentiques

I

Comment les marques peuvent-elles adopter cette tendance ?

>> Découvrez plus d'insights avec notre guide [«Retrouver l'authenticité dans l'influence»](#)



#1 Sélectionner des influenceurs selon des critères stratégiques

L'authenticité commence par le choix d'influenceurs alignés avec les valeurs de la marque. En plus des données démographiques, il faut aussi considérer le ton, les collaborations passées et l'engagement. Territory Influence utilise l'IA et l'expertise humaine pour assurer une sélection authentique.



#2 Respecter les règles de transparence publicitaire

La transparence est cruciale pour la confiance. [Les lois européennes](#) obligent les influenceurs à signaler les partenariats rémunérés. Pourtant, seulement 20 % des influenceurs le font régulièrement, ce qui montre la nécessité de mieux se conformer. Un contenu transparent renforce la crédibilité, la confiance des consommateurs.

#3 Privilégier les nano et micro influenceurs pour une connexion authentique

Les nano-influenceurs (<1 000 abonnés) offrent un bouche-à-oreille authentique. Leur audience plus petite mais fidèle génère souvent un meilleur engagement. Le réseau de nano influenceurs de Territory Influence crée du contenu authentique et percutant, avec un fort ROI et renforçant la confiance dans de communautés ciblées.

#2

Passer à des
collaborations
à long terme

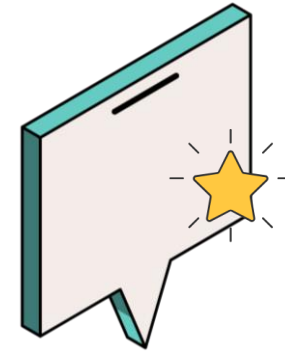
Renforcer la fidélité à la marque par des relations durables avec les influenceurs

Pourquoi c'est une tendance ?

Les partenariats à long terme avec les influenceurs sont de plus en plus populaires, car les marques comprennent l'importance de créer des liens authentiques et durables avec leurs audiences. En travaillant sur une période prolongée, les marques renforcent la confiance et la crédibilité, et peuvent diffuser des messages plus cohérents et authentiques. Cela permet de créer des relations solides, favorisant la fidélité et l'engagement au fil du temps.

“ Une collaboration à long terme est évidemment plus bénéfique, même pour l'influenceur, car elle renforce notre crédibilité et nous permet de devenir une partie intégrante de l'ADN de la marque. ”

Inès Duhard,
Créatrice de contenu

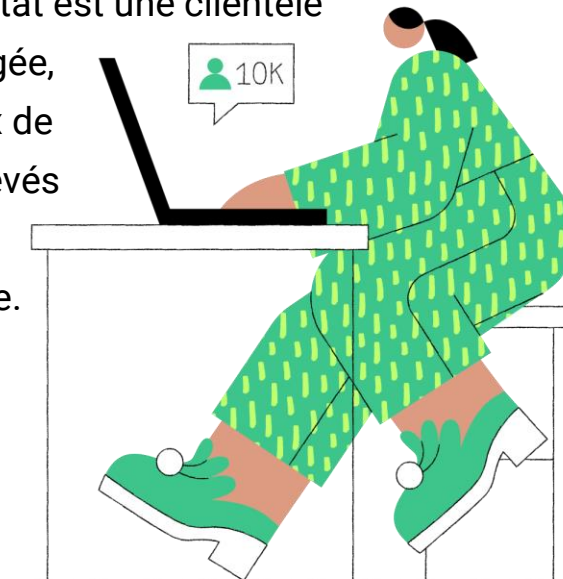


Bien plus qu'une mode : Créer des partenariats de marque durables

Pourquoi c'est pertinent pour les marques ?

Pour les marketeurs, choisir des partenariats à long terme avec des influenceurs est une stratégie qui soutient la croissance de la marque. Ces partenariats permettent d'aligner les messages de la marque avec des influenceurs qui partagent ses valeurs, créant ainsi un contenu plus cohérent et personnalisé. Cela renforce la confiance et la fidélité de l'audience, tout en garantissant que les campagnes restent pertinentes et authentiques sur le long terme.

Ces partenariats permettent aux marketeurs de mesurer le **True Brand Engagement**, un indicateur clé de la connexion émotionnelle avec l'audience. Le résultat est une clientèle plus fidèle et engagée, entraînant des taux de conversion plus élevés et un meilleur soutien à la marque.



Avantages

- + Authenticité & crédibilité
- + Relations plus fortes
- + Contenu créatif et engageant
- + Audience plus large
- + Réduction des coûts

Renforcer la fidélité à la marque par des relations durables avec les influenceurs

Comment les marques peuvent-elles adopter cette tendance ?

>> Téléchargez notre [checklist pour établir des partenariats à long terme](#) avec des influenceurs.

#1 Commencer avec une campagne test

Pour une première collaboration avec un influenceur, commencez par une campagne annuelle. Cela permet d'évaluer la connexion avec votre marque et de vérifier l'adéquation de l'influenceur. Un test assure un bon alignement avant un engagement à long terme.

#2 Suivre l'engagement et faire les ajustements

Suivez l'engagement régulièrement pour voir ce qui fonctionne et ajuster si besoin. Cela vous permet d'affiner votre stratégie et d'assurer la performance des collaborations sur le long terme.

#3 Faites-vous accompagner par des experts

Collaborez avec une agence de marketing d'influence pour optimiser vos partenariats. Elle vous aidera à trouver les bons influenceurs, gérer les campagnes et assurer une communication efficace pour de meilleurs résultats.



#3

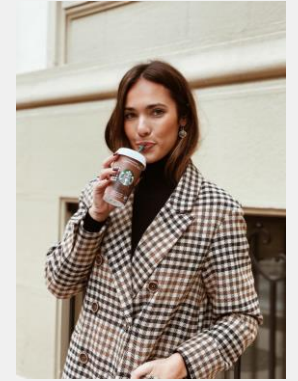
Boom des Nano & Micro influenceurs

Se connecter aux consommateurs grâce aux nano et micro influenceurs

Pourquoi c'est une tendance ?

Les nano et micro influenceurs transforment le marketing d'influence avec leurs audiences de niche et leurs liens personnels. Contrairement aux macro influenceurs, qui touchent beaucoup de personnes sans toujours avoir un engagement fort, les nano (1k–10k abonnés) et micro (10k–100k abonnés) influenceurs favorisent des interactions plus authentiques. Ils se concentrent sur des intérêts ou communautés spécifiques, ce qui les rend parfaits pour le bouche-à-oreille.

Leur authenticité et leur proximité avec les abonnés génèrent confiance et recommandations. Dans un contexte où les consommateurs se méfient des contenus trop commerciaux, les petits influenceurs sont devenus des voix de confiance pour des recommandations de marque authentiques.



NANO INFLUENCEURS

Jusqu'à 1000 followers
Des consommateurs qui recommandent des produits ou services.

Bouche-à-Oreille puissant online et offline

MICRO INFLUENCEURS

1000 à 100K followers
Des créateurs de contenus avec une portée plus large.

Taux d'engagement fort et communauté engagée

Ce n'est pas la taille qui compte mais l'influence



Avantages

Pourquoi c'est pertinent pour les marques ?

Cette tendance devient de plus en plus importante pour les marketeurs, car les nano et micro influenceurs permettent d'atteindre des communautés de niche très engagées, souvent négligées par les campagnes plus grandes. Bien que leur audience soit plus petite, ces influenceurs établissent des relations solides basées sur la confiance et l'authenticité, ce qui rend le bouche-à-oreille plus efficace. Par exemple, la marque Mutti a atteint 7,5 millions de personnes avec une seule campagne. Contrairement aux macro influenceurs, les nano et micro-influenceurs ont une connexion plus personnelle avec leurs abonnés,

rendant leurs recommandations plus crédibles. À mesure que les consommateurs se méfient des contenus trop commerciaux, ils préfèrent des voix plus authentiques. Pour les marketeurs, c'est une opportunité d'engager des groupes spécifiques alignés avec les valeurs de la marque, créant ainsi des interactions de meilleure qualité et des conversions plus efficaces. De plus, travailler avec ces influenceurs permet des campagnes plus ciblées et un meilleur retour sur investissement, notamment pour les marques cherchant à établir des relations durables.

- + Authenticité
- + Confiance
- + Taux d'engagement élevé
- + ROI puissant
- + Recommandation sincère

Les Nano et Micro, clés de l'engagement authentique des consommateurs.

Comment les marques peuvent-elles adopter cette tendance ?

#1 Exploiter l'amplification du bouche-à-oreille

Créez des campagnes où les influenceurs partagent leurs expériences personnelles avec votre marque. Mettez sur des histoires authentiques et des exemples concrets, car cela touche plus leurs abonnés. Intégrer du contenu généré par les utilisateurs peut aussi renforcer l'effet du bouche-à-oreille.



#2 Sélection de profils ciblés pour un Reach spécifique

Collaborez avec plusieurs nano et micro influenceurs pour atteindre différentes audiences selon leurs intérêts, lieux ou besoins. Cela permet à votre marque de toucher des groupes spécifiques avec des messages pertinents, notamment dans des secteurs de niche comme la santé ou les animaux.

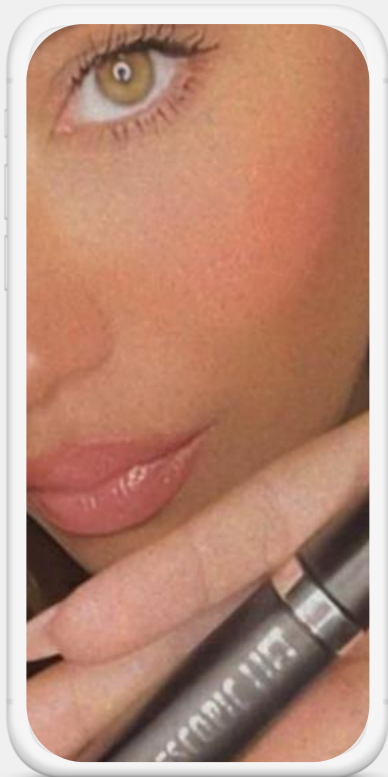
#3 Encourager les avis et retours honnêtes.

Les petits influenceurs misent sur leur crédibilité. Laissez-les exprimer librement des avis authentiques sur votre marque. Même des critiques honnêtes, pas forcément élogieuses, renforcent la confiance et la fidélité de leurs abonnés.



Avis authentiques pour un nouveau mascara

L'objectif était d'accroître la notoriété en ligne du nouveau mascara L'Oréal Paris Telescopic Lift et d'améliorer sa visibilité sur Amazon avec des **avis authentiques**.



150 influenceurs

Sélection : Des femmes intéressées par le maquillage et qui font régulièrement leurs achats en ligne.

+140 Avis Amazon

4,9/5 Note produit

Renforcer la notoriété d'une marque de sauce

L'objectif était d'augmenter la notoriété de la marque **Mutti** et d'obtenir des avis sur ses produits.



3K influenceurs

Sélection: Des participants qui cuisinent avec des sauces prêtes à l'emploi chaque semaine et qui ne connaissaient pas encore la marque.

+7,5M Reach Online

+799K Reach Offline

#4

La révolution de l'IA

Améliorer l'impact des campagnes avec des stratégies basées sur l'IA

Pourquoi c'est une tendance ?

Comme dans d'autres secteurs, le marketing d'influence évolue avec l'intelligence artificielle. L'IA générative transforme le marketing en améliorant l'efficacité, la créativité et la personnalisation. D'ici 2025, elle jouera un rôle clé dans les stratégies de marketing d'influence, en s'intégrant dans différents processus. Cette tendance est cruciale pour les marques qui veulent rester compétitives.

L'IA aidera les marketeurs à travers l'analyse des données, les algorithmes prédictifs, la création de contenu simplifiée et un ciblage plus précis des audiences.

”

Les influenceurs utilisent déjà l'IA générative pour créer des histoires plus intéressantes. La confiance de la communauté reste importante, et la transparence sur l'utilisation de l'IA sera cruciale.

Grâce à la traduction automatique et aux jumeaux numériques, les influenceurs peuvent toucher un public plus large, sans barrière linguistique.

”

Karsten Hoffman
Directeur Exécutif Produit & Tech

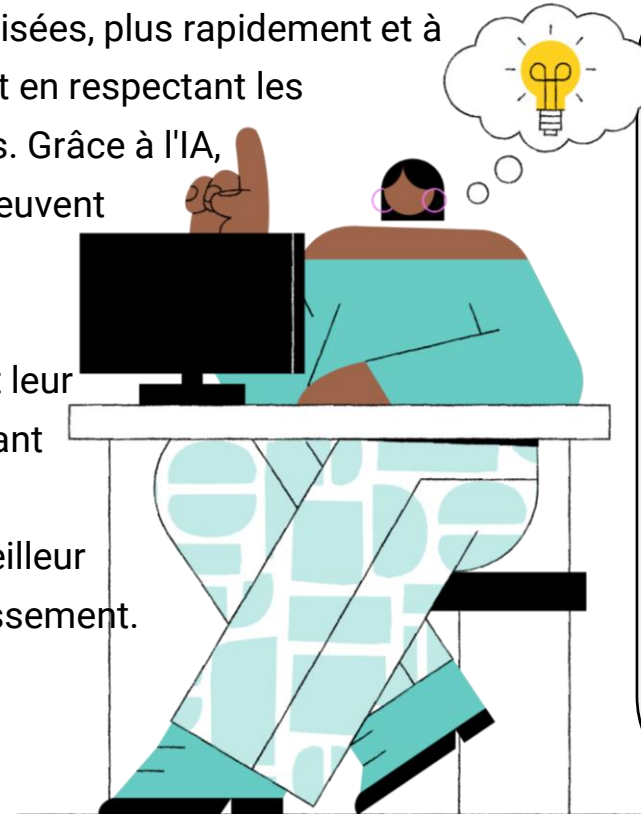


L'IA : un bouleversement pour 2025

Pourquoi c'est pertinent pour les marques ?

L'intégration de l'IA dans le marketing d'influence est essentielle pour les marketeurs, car elle permet de rester compétitif dans un monde axé sur les données et la personnalisation. L'IA aide à analyser les données et à prédire les comportements des consommateurs, ce qui permet de créer du contenu plus personnalisé et de cibler les bonnes audiences avec précision. Elle simplifie aussi la création de contenu en automatisant des tâches chronophages.

Cela leur permet de créer des campagnes de qualité, personnalisées, plus rapidement et à moindre coût, tout en respectant les standards créatifs. Grâce à l'IA, Les marketeurs peuvent aussi tester et optimiser les campagnes avant leur lancement, assurant ainsi de meilleurs résultats et un meilleur retour sur investissement.



Pour & Contre

Pour

- + **Efficacité** : Accélère la sélection des influenceurs, la création et la qualité des contenus.
- + **Prédiction** : L'IA peut évaluer l'authenticité des abonnés et prédire les performances des campagnes.

Contre

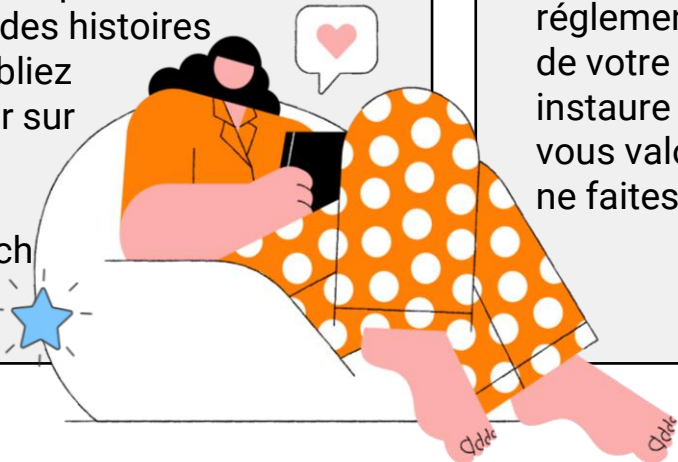
- + **Soucis d'authenticité**
- + **Réglementation & éthique** : Problèmes juridiques en matière de droits d'auteurs.

Améliorer l'impact des campagnes avec des stratégies basées sur l'IA

Comment les marques peuvent-elles adopter cette tendance ?

#1 Intégrer des influenceurs virtuels de manière stratégique

Alignez leur personnalité avec les valeurs de votre marque et utilisez-les pour raconter des histoires captivantes. N'oubliez pas de les intégrer sur différentes plateformes pour maximiser le Reach et l'engagement.



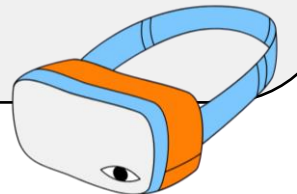
#2 La transparence en priorité

Mentionnez clairement le contenu généré par l'IA assure la conformité aux réglementations et renforce l'intégrité de votre marque. La transparence instaure la confiance en montrant que vous valorisez l'honnêteté et que vous ne faites pas de compromis.



#3 Trouver l'équilibre entre l'IA et l'humain

Conservez l'authenticité des influenceurs humains. Les consommateurs cherchent des connexions réelles, et trop d'IA peut éloigner le public. Mélangez influenceurs humains et virtuels pour garder la confiance et créer des relations durables.



Et n'oubliez pas...
le ROI



Au-delà des tendances : pourquoi le ROI reste essentiel

Malgré l'importance croissante de tendances comme l'authenticité, l'IA et les nano influenceurs, une chose reste constante : la nécessité d'obtenir des résultats mesurables.

Le ROI continue de guider les décisions pour garantir que chaque investissement apporte des résultats concrets. Les marques privilégient de plus en plus le ROI dans leurs collaborations, ce qui augmente la demande pour des solutions groupées et des partenariats à long terme. Les influenceurs sont désormais encouragés à fournir des métriques détaillées pour justifier leurs performances. L'analyse des sentiments et les taux d'engagement sont désormais des indicateurs clés.

Depuis 2005, en tant qu'agence spécialisée, nous savons équilibrer résultats mesurables et créativité des influenceurs, tout en restant attentifs aux algorithmes des réseaux sociaux.

KPIs importants & Partenaires



ROI

Retour sur Investissement



Conversions

Codes promo, Liens affiliés,
Ventes Online + Offline (CPO)



Traffic

Drive to web



Reach

Impressions,
Online/Offline Reach



Engagement

Likes, Partages, Saves, DMs,
Clicks, Commentaires



Insights

Recommandations,
Ratings & Reviews

KANTAR

 **Nielsen**

MarketingScan

 **Circana.**

Petit influenceur, grand impact

Chez **Territory Influence**, nous calculons le ROI des campagnes Nano-influenceurs. Ces profils, perçus comme authentiques et proches, renforcent la crédibilité des marques grâce au bouche-à-oreille. Nos campagnes mobilisent des milliers d'influenceurs qui testent les produits, partagent leurs expériences et diffusent des bons de réduction, permettant de mesurer l'impact sur les ventes dans des zones précises.

Avec **Circana**, expert en analyses prédictives, nous comparons les ventes entre zones test et zones témoins pour fournir des résultats clairs et des recommandations stratégiques en fin de campagne.



5,44 € ROI pour Café Royal

Objectif : **Accroître la notoriété** de Café Royal et **mesurer le ROI** de la campagne.

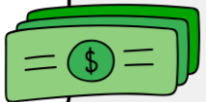
3 750 influenceurs

Après 2 mois, 93 % recommandent les produits et 86 % prévoient de les acheter. Les ventes ont augmenté de 3,7 % en volume et de 3,1 % en valeur chez 10 distributeurs.

+2K User Generated Content

1M Reach Online

>> Découvrez comment les nano peuvent **générer un ROI exceptionnel** et comment le **mesurer** efficacement !



À retenir

Stratégies concrètes pour les marques

+ Investir dans des relations durables pour **renforcer les liens** avec les audiences

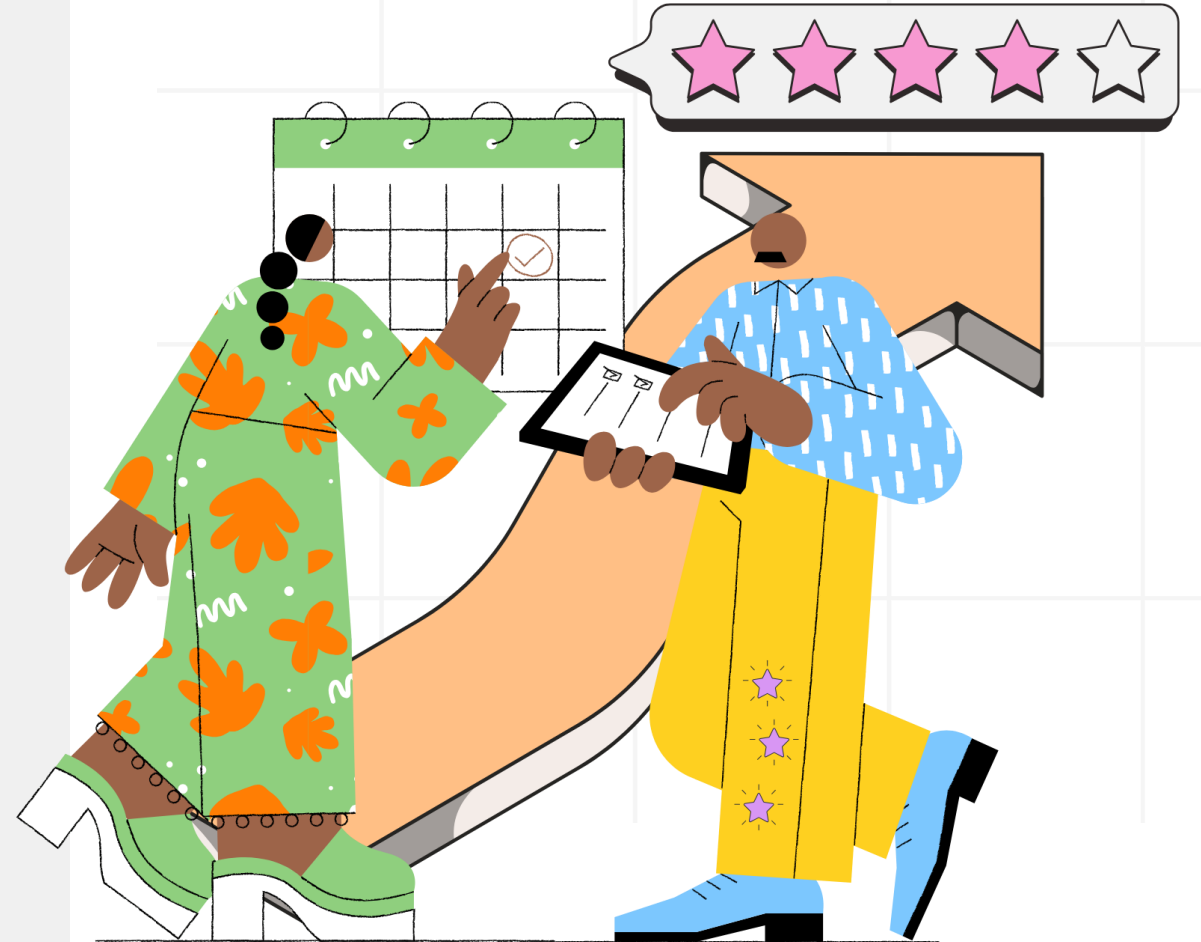
+ Collaborer avec des Nano & Micro influenceurs aux **audiences engagées** pour plus d'impact

+ Définir des objectifs clairs et **utilisez les données pour évaluer le ROI et les résultats** de la campagne.

+ Favoriser la **transparence et l'adaptation aux valeurs** de la marque

+ Utilisez l'IA pour **améliorer l'efficacité et la mesure**, sans en abuser.

+ Faites-vous accompagner par des **experts** !



Merci !

Des questions ?
Contactez-nous



territory-influence.com/fr

Pour aller plus loin :

DÉCOUVREZ NOS CASE STUDIES

