



Power Your Story.

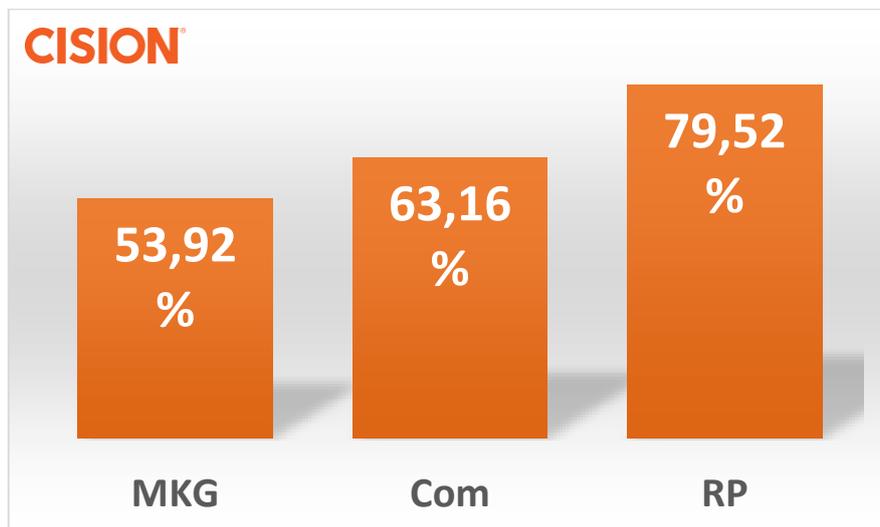
Cision

Influence : Pratiques du Marketing, de la Communication et des RP

Etude Cision 2016 réalisée entre le 15 février et le 1er avril 2016, auprès de 487 professionnels du marketing, de la communication et des relations presse.

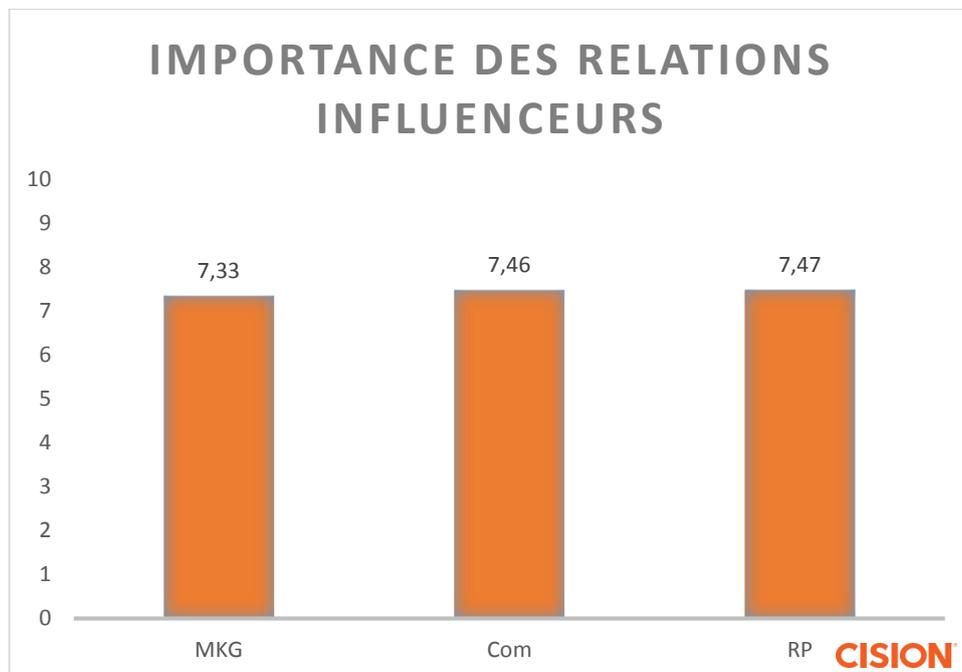
Q1 - Aujourd'hui, dans le cadre de votre métier, développez-vous des relations avec les influenceurs ?

Moyenne générale : 66%



Q2 – Sur une échelle de 1 à 10, quelle importance revêt les relations influenceurs dans le cadre de votre métier ?

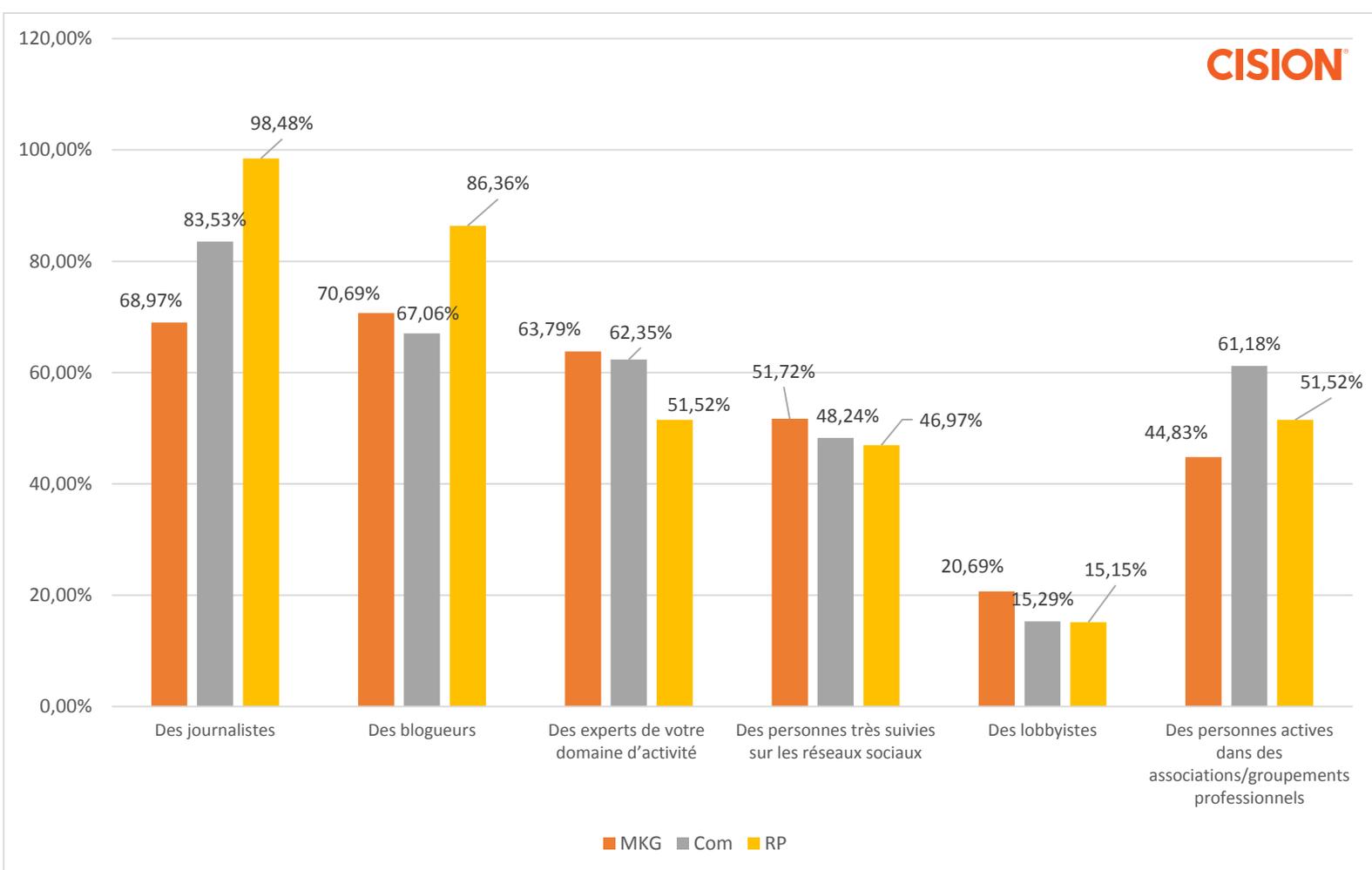
Moyenne générale : 7,38 /10



Q3 – Qui sont vos influenceurs ?

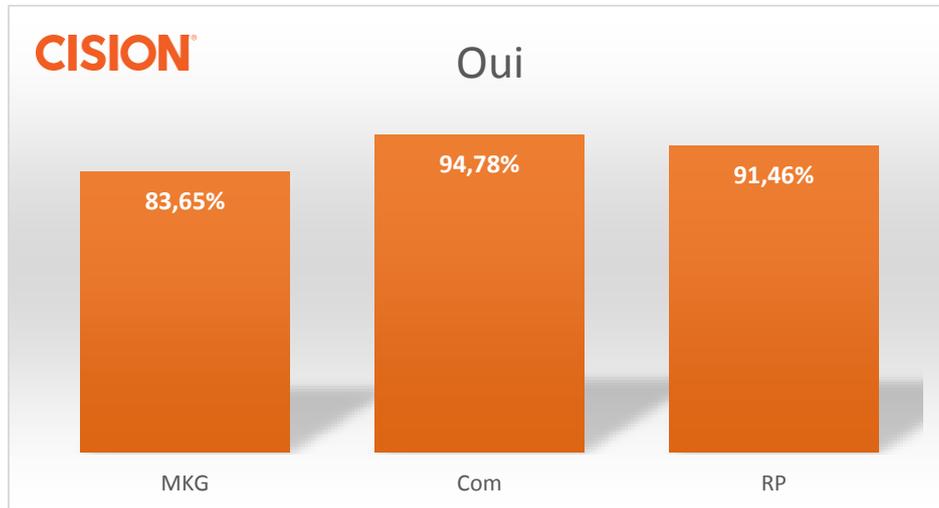
Moyennes générales :

- Journalistes : **83,7%**
- Blogueurs : **74,7%**
- Des experts de votre domaine d'activité (hors journalistes et blogueurs) : **59,2%**
- Des personnes actives dans des associations/groupements professionnels : **52,5%**
- Des personnes très suivies dur les réseaux sociaux (hors journalistes et blogueurs) : **49%**
- Lobbyistes : **17%**



Q4 – Dans le cadre de votre métier, produisez-vous du contenu ?

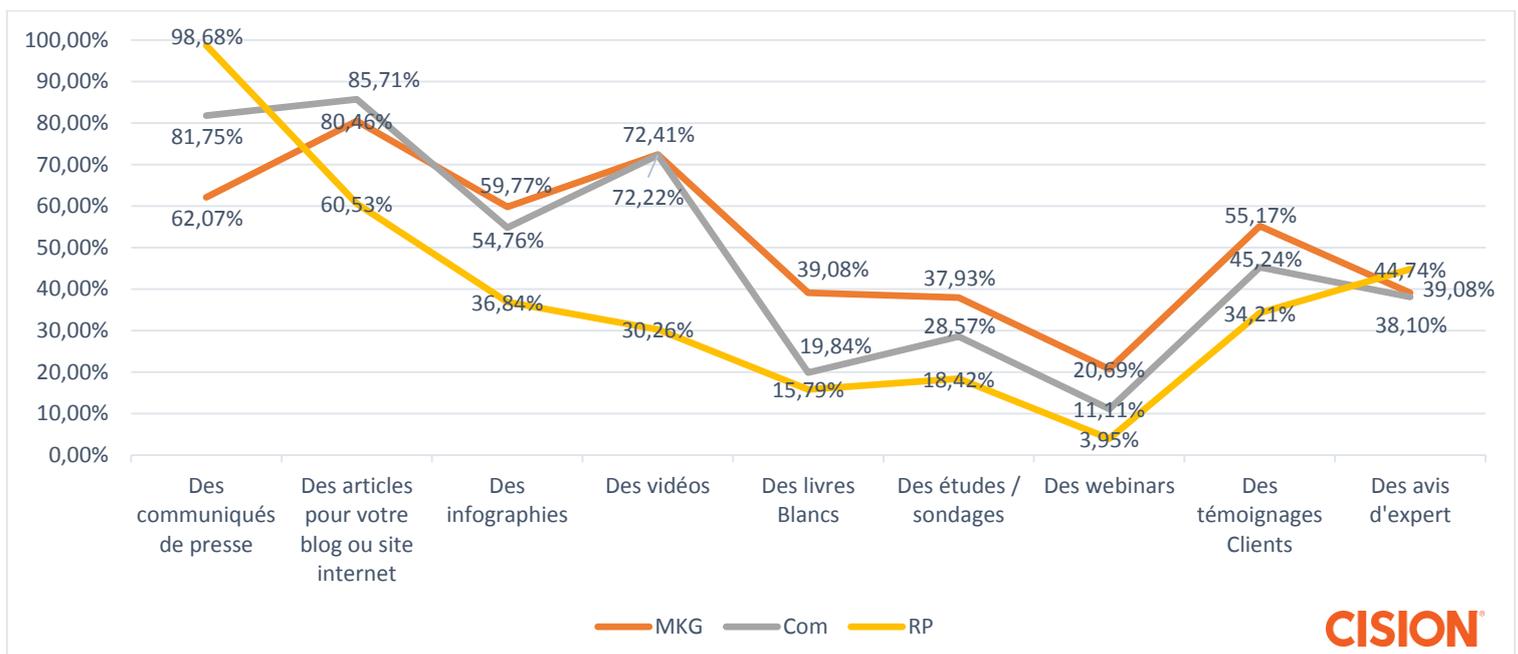
Moyenne générale : Oui à 90%



Q5 – Quel type de contenu êtes-vous amené à produire ?

Moyennes générales :

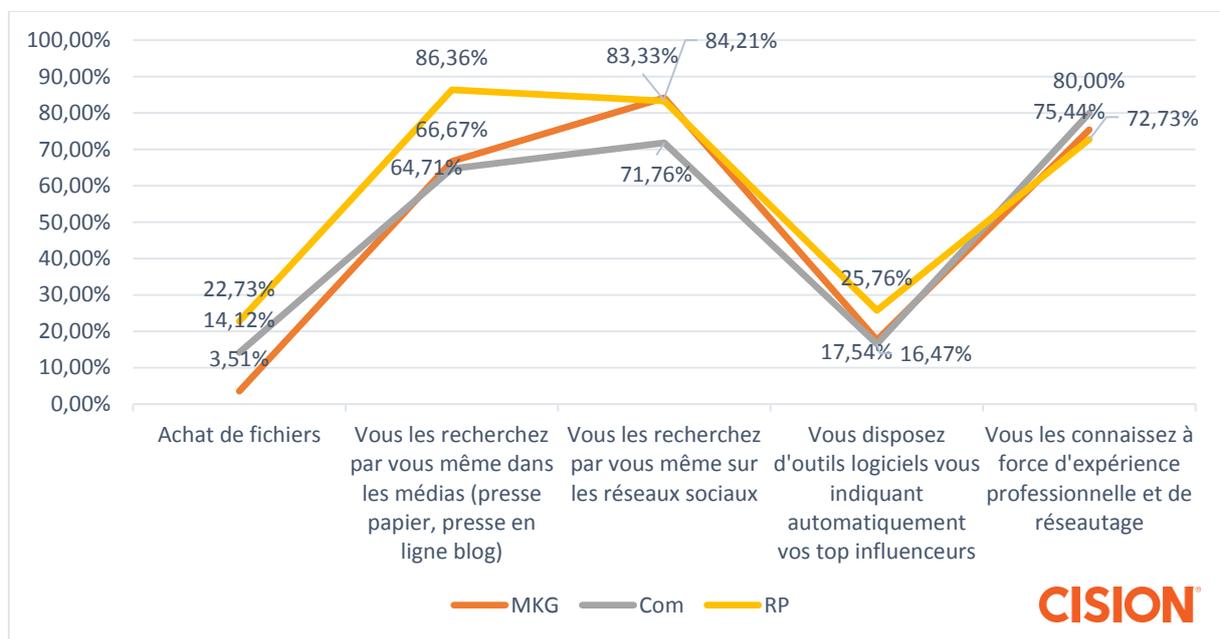
- Communiqués de presse : **80,8%**
- Des articles pour votre blog ou site internet : **75,6%**
- Des vidéos : **58,3%**
- Des témoignages clients : **44,9%**
- Des avis d'experts : **40,6%**
- Des infographies : **39,8%**
- Des études / sondages : **28,3%**
- Des livres blancs : **17%**
- Des webinars : **11,9%**



Q6 – Comment identifiez-vous vos influenceurs ?

Moyennes générales :

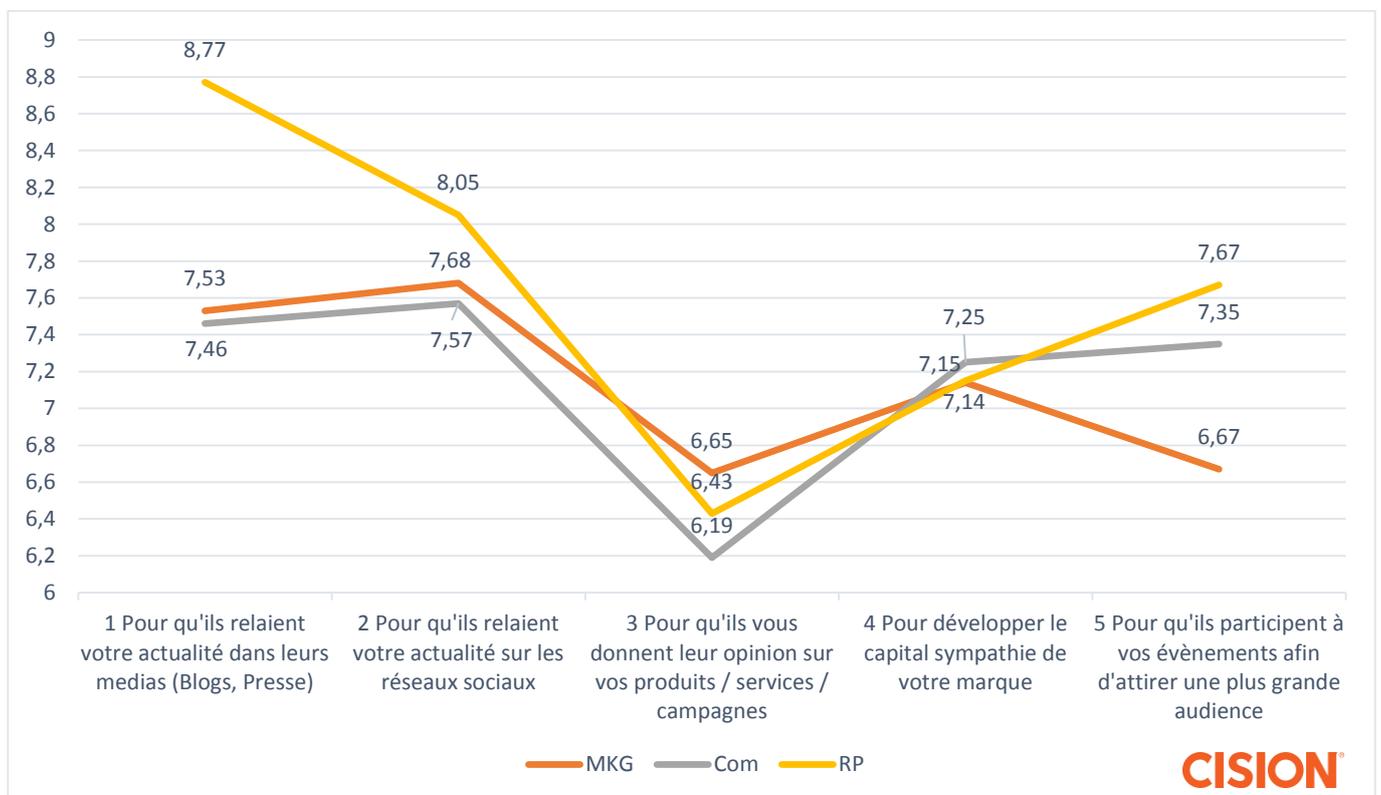
- Vous les recherchez par vous même sur les réseaux sociaux : **79,8%**
- Vous les connaissez à force d'expérience professionnelle et de réseautage : **76%**
- Vous les recherchez par vous même dans les médias : **72,6%**
- Vous disposez d'outils logiciels vous indiquant automatiquement vos top influenceurs : **19,9%**
- Achat de fichiers presse : **19,8%**



Q7 – Pourquoi développez-vous des relations avec les influenceurs ? (Echelle de 1 à 10 : 1 objectif mineur, 10 objectif majeur)

Moyennes générales :

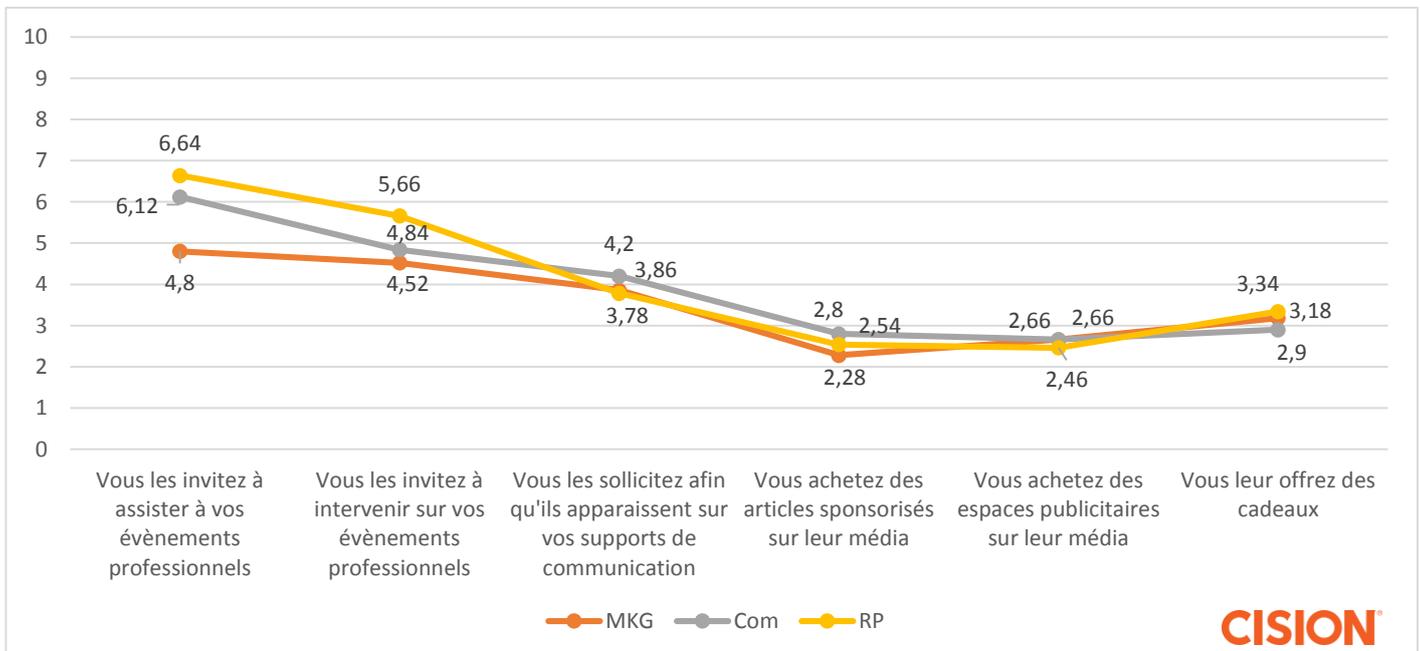
- Pour qu'ils relaient votre actualité dans leurs medias (Blogs, Presse) : **7,93**
- Pour qu'ils relaient votre actualité sur les réseaux sociaux : **7,75**
- Pour qu'ils vous donnent leur opinion sur vos produits / services / campagnes : **6,29**
- Pour développer le capital sympathie de votre marque : **7,2**
- Pour qu'ils participent à vos évènements afin d'attirer une plus grande audience : **7,25**



Q8 – Comment engagez-vous vos influenceurs ? (Echelle de 1 à 10 : 1 jamais, 10 très souvent)

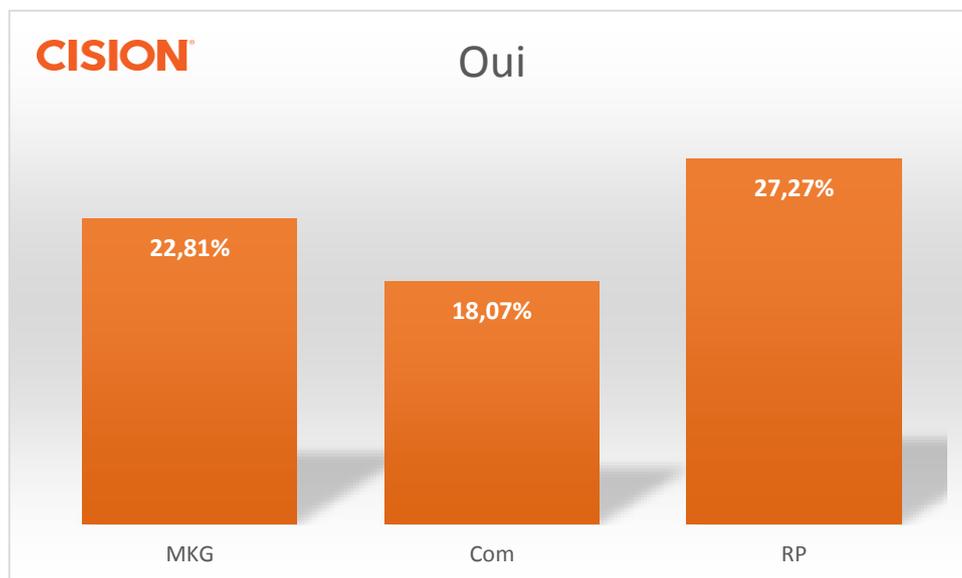
Moyennes générales :

- Vous les invitez à assister à vos évènements professionnels : **5,85**
- Vous les invitez à intervenir sur vos évènements professionnels : **5,01**
- Vous les sollicitez afin qu'ils apparaissent sur vos supports de communication : **3,95**
- Vous achetez des articles sponsorisés sur leur média : **2,54**
- Vous achetez des espaces publicitaires sur leur média : **2,59**
- Vous leur offrez des cadeaux : **3,14**

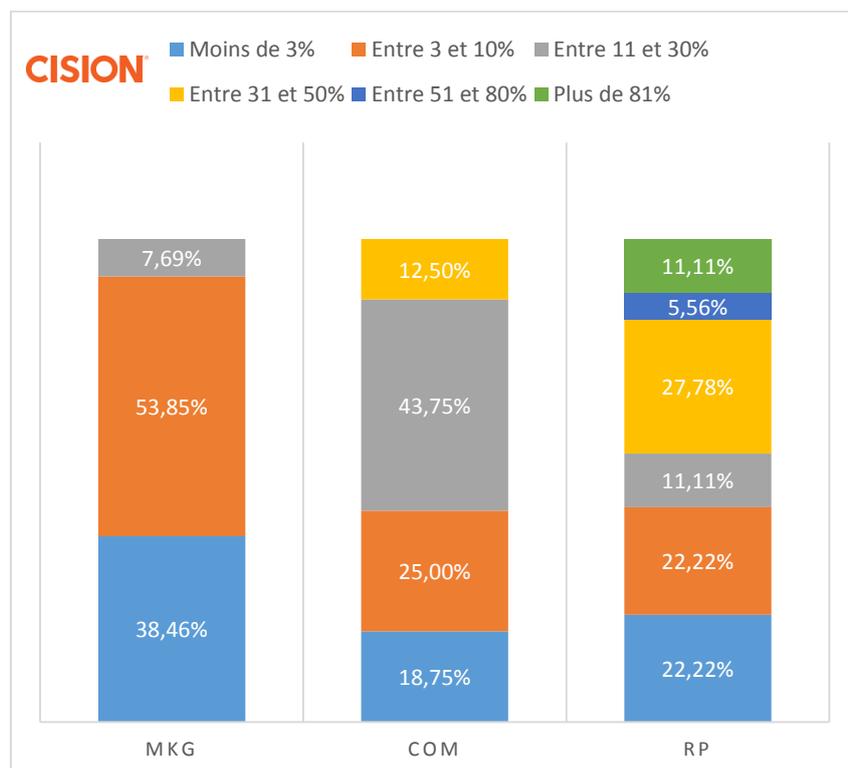


Q9 – Avez-vous un budget dédié à la relation influenceurs ?

Moyenne générale : **22,7%**



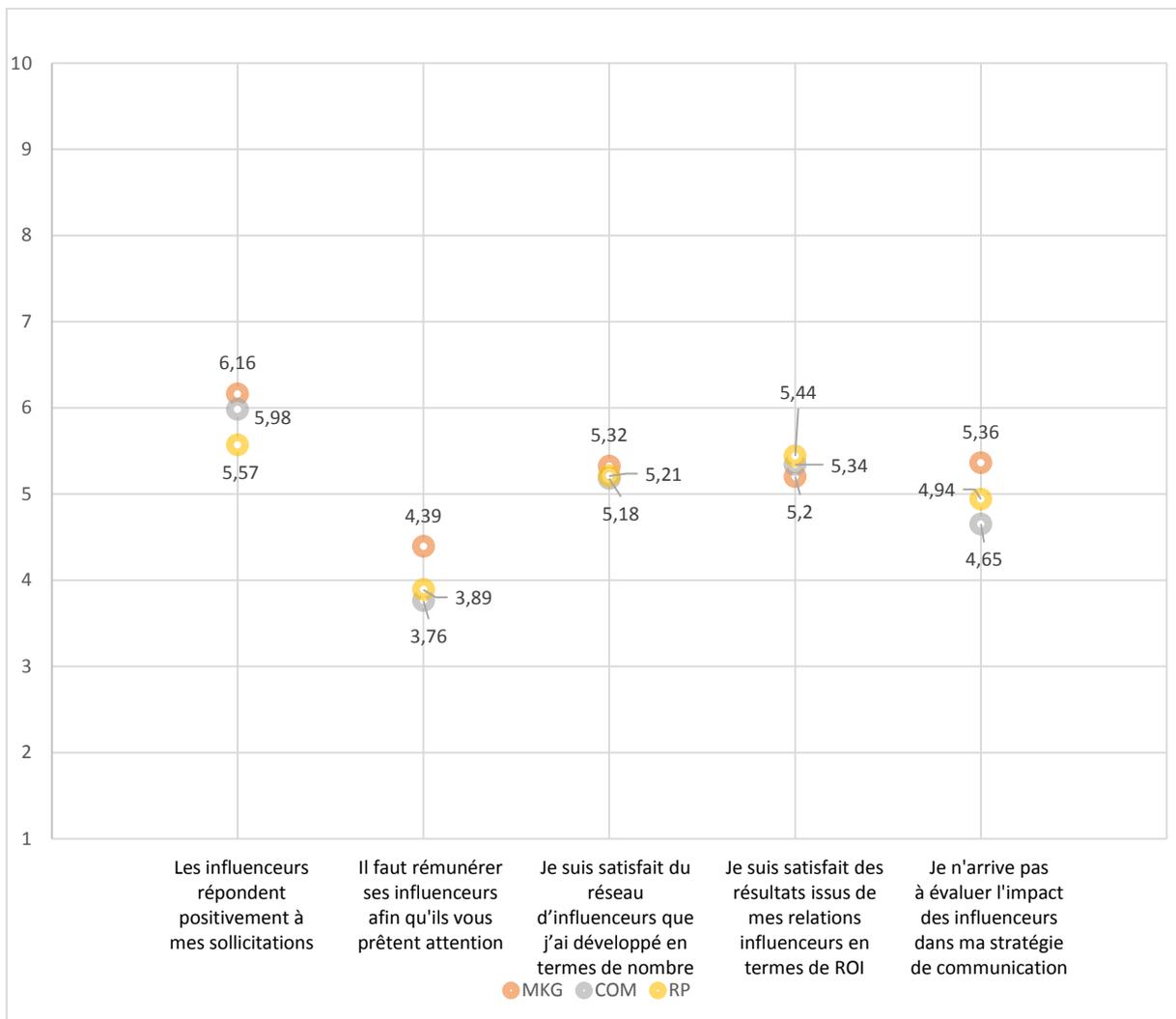
Q10 – Si oui, pouvez-vous estimer la part de votre budget global dédié à la relation influenceurs ?



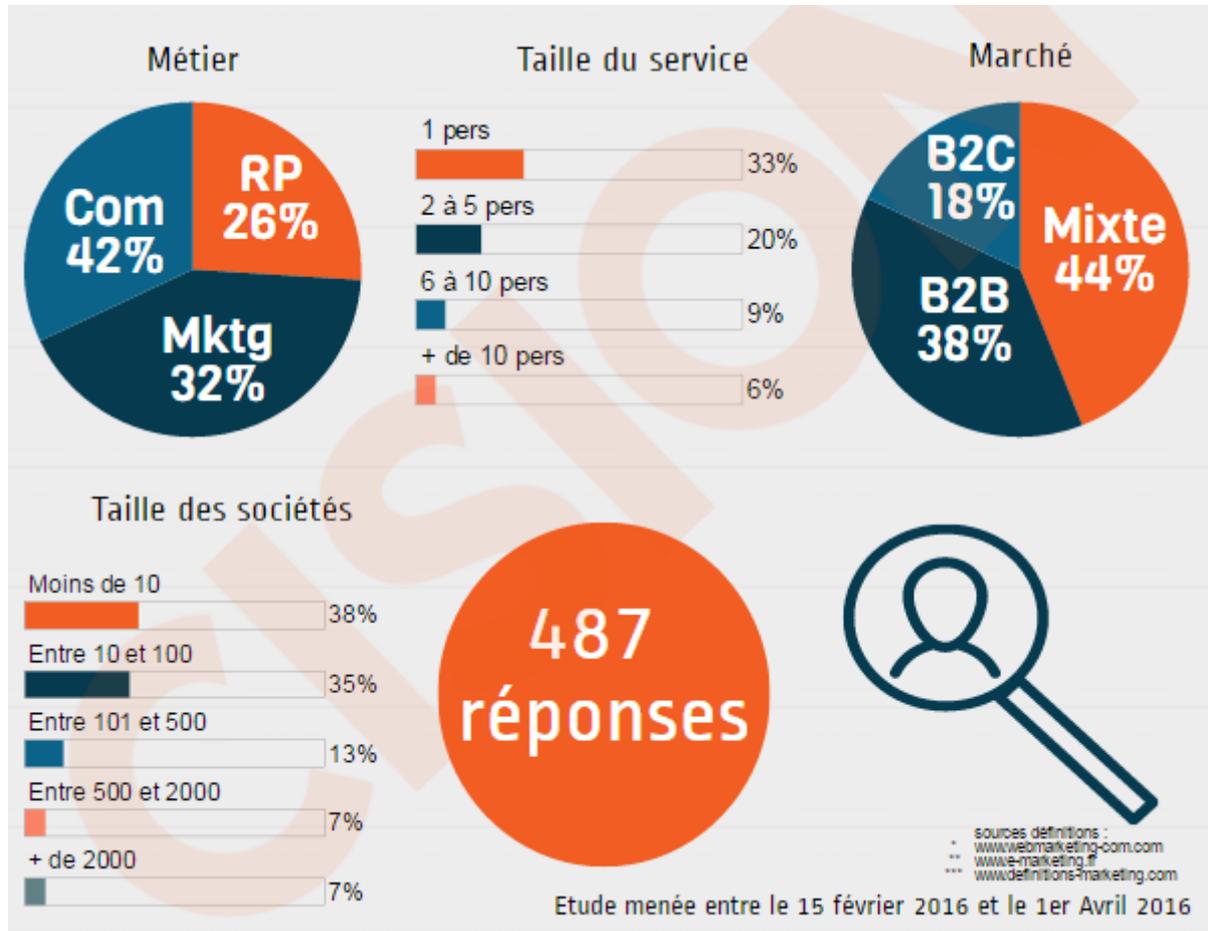
**Q11 – Etes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?
(Echelle de 1 à 10 : 1 pas du tout d'accord, 10 tout à fait d'accord)**

Moyenne générale :

- Les influenceurs répondent positivement à mes sollicitations : **5,9**
- Il faut rémunérer ses influenceurs afin qu'ils vous prêtent attention : **4**
- Je suis satisfait du réseau d'influenceurs que j'ai développé en termes de nombre : **5,3**
- Je suis satisfait des résultats issus de mes relations influenceurs en termes de ROI : **5,3**
- Je n'arrive pas à évaluer l'impact des influenceurs dans ma stratégie de communication : **5**



Panel de l'étude



A propos de Cision

Cision est un fournisseur leader de logiciels et de services pour les RP, la visibilité medias, le marketing et les réseaux sociaux. En proposant le meilleur des logiciels de RP et d'influence, des rapports complets des retombées médias et médias sociaux ainsi qu'une équipe d'experts pour la mesure et l'analyse de leur environnement médiatique, Cision permet à ses clients d'améliorer la pertinence de leur marketing et de développer leurs décisions stratégiques. Cision représente également les marques Gorkana Group, PRWeb, Help a Reporter Out (HARO) et iContact. Basé à Chicago, Cision compte plus de 100 000 clients à travers le monde et est présent au Canada, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, au Portugal, en Suède, en Finlande et en Chine. Vous pouvez nous suivre sur Twitter @CisionFrance.