

Influence Marketing

Reech lance un outil qui permet de savoir quelles sont les marques les plus mentionnées par les influenceurs

Paris, le 3 mai 2021 - Face à la volonté des marques de vouloir identifier les influenceurs qui les mentionnent dans leurs publications Instagram, et/ou parlent de leurs concurrents, Reech a développé **“Reech Benchmark”**. Cet outil permet notamment de savoir quelles typologies d’influenceurs (selon leur taille de communauté) parlent de leur marque et de leurs concurrents ; si ces mentions sont spontanées ou liées à des campagnes d’influence marketing ; quelle est la part de voix d’une marque dans un écosystème donné : à l’échelle de son groupe ou de ses concurrents.

Avec Reech Benchmark, les professionnels peuvent mieux évaluer la considération des influenceurs pour leurs marques, identifier des influenceurs ambassadeurs ou affinitaires et développer des plans d’actions pour augmenter leur part de voix.

| Brands | Impressions | Total Engagements | Avg. Engagement Rate | Total EMV | Total Influencers |
|--------------------|-------------------|-------------------|----------------------|---------------------|-------------------|
| 153 | 85,7 M ↑ 14.3% | 8,7 M ↑ 13.7% | 5,3 % ↓ -0.38 % | 5,14 M € ↑ 17.1% | 1639 ↓ -24 |
| Label | Impressions | Engagements | Engagement Rate | EMV | Total Influencers |
| Dior | 22804972 | 2315579 | 3.73 % | 1184226 € | 287 |
| Balmain | 7911507 | 790348 | 6.48 % | 384547 € | 22 |
| ChristianLouboutin | 6749068 | 675961 | 3.11 % | 342400 € | 29 |
| Sephora | 3705471 | 386017 | 6.7 % | 287753 € | 221 |
| Hermès | 3381234 | 341274 | 2.89 % | 182133 € | 133 |
| Clinique | 2388728 | 235912 | 3.71 % | 123271 € | 90 |
| Guerlain | 2175861 | 207848 | 3.74 % | 100142 € | 37 |
| FENTY BEAUTY by... | 1635226 | 166002 | 6.02 % | 115476 € | 82 |
| DOLCE&GABBANA | 1546937 | 153216 | 3.58 % | 62745 € | 20 |
| Cartier | 1534740 | 153132 | 2.9 % | 70992 € | 48 |
| Charlotte Tilbury | 1449710 | 148610 | 6.29 % | 97272 € | 49 |

“Les marques nous remontent souvent leur besoin de disposer de dashboard ou de reportings pour animer leur media review ou leur point trimestriel et valoriser leurs performances.

La valorisation des résultats passe nécessairement par la comparaison. Avec Reech Benchmark, elles peuvent non seulement comparer leur part de voix à celle de leurs concurrents, avoir des vues personnalisées, comme la vue “groupe” ou la vue “pays”, idéale pour renforcer sa veille et piloter des actions à l’échelle internationale. Cet outil permet aux marques de mieux identifier les influenceurs qui parlent d’elles ou de leurs concurrents pour développer leurs plans d’actions en fonction de ces performances.” **commente Guillaume DOKI-THONON, CEO de Reech.**

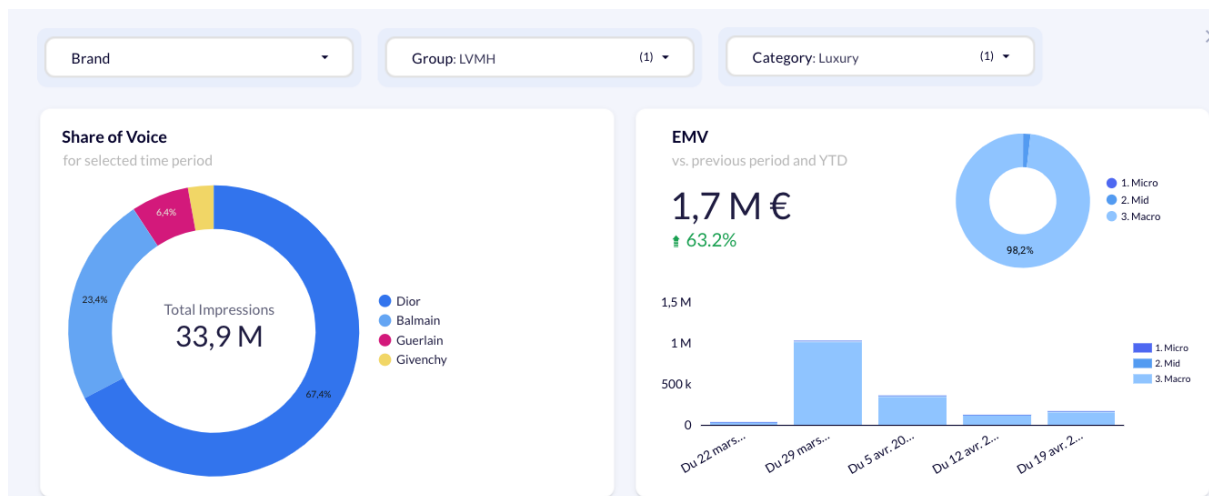
Comment ça marche ?

Tout commence par l'élaboration d'une liste des marques à analyser, exemple : le top 100 des marques de Beauté.

La nouvelle fonctionnalité **de la solution Reech influence Cloud** récupère les publications Instagram des influenceurs qui mentionnent certains mots-clés ("rouge à lèvres" par exemple) et/ou les marques d'un secteur.

L'analyse de ces mentions **peut être couplée à des filtres**, on peut notamment choisir de ne remonter que les publications organiques ou que les publications paid d'une certaine typologie d'influenceurs (selon leur nombre d'abonnés).

Après avoir sélectionné la période d'analyse souhaitée, Reech Benchmark permet **de voir en un coup d'œil les performances d'une marque dans son marché mais l'outil est également utile à l'échelle d'un groupe**. Reech a en effet développé une vue personnalisée qui permet à une marque de se situer par rapport aux autres marques du même groupe évoluant dans le même secteur. Ainsi, une marque "Luxe" du groupe LVMH peut par exemple suivre les performances en Influence des autres marques du groupe entrant dans cette même catégorie.



« En ayant une vision sur la manière dont est considérée une marque d'un pays à l'autre, une marque par rapport aux autres appartenant au même groupe ou une marque par rapport à ses concurrents directs, on peut plus facilement étudier les pratiques en influence marketing des uns et des autres et se rapprocher des bons influenceurs. Reech benchmark est un excellent indicateur pour les marques, qui peuvent utiliser la data comme point de départ pour actionner des stratégies pour être mieux considérées auprès des influenceurs représentatifs de leurs cibles», **conclut Guillaume DOKI-THONN.**



A propos de Reech

Reech est une entreprise experte du Marketing d'Influence qui collabore avec les plus grandes marques, à l'instar de Coca-Cola, Carrefour, Spontex, Philips, Groupe Galeries Lafayette, Yves Rocher. Avec son offre d'accompagnement, Reech définit la stratégie et opère de A à Z les campagnes d'influence pour les marques. Depuis 2020, Reech commercialise *Reech Influence Cloud*, une solution qui permet aux organisations de piloter l'ensemble de leurs activités d'influence.

Contacts presse

Agence 3iCom - Douha Cherif - douha@agence3icom.fr / 06 60 05 44 99

Reech - Caroline Matz - caroline@reech.com / 06 20 64 64 63