



Influencer Marketing  
Gifted Reviews

# Conquérir avec efficacité : Comment BIODERMA a-t-elle renforcé la notoriété de sa marque grâce à Skeepers

CAS CLIENT – BIODERMA



**BIODERMA**  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

# Client

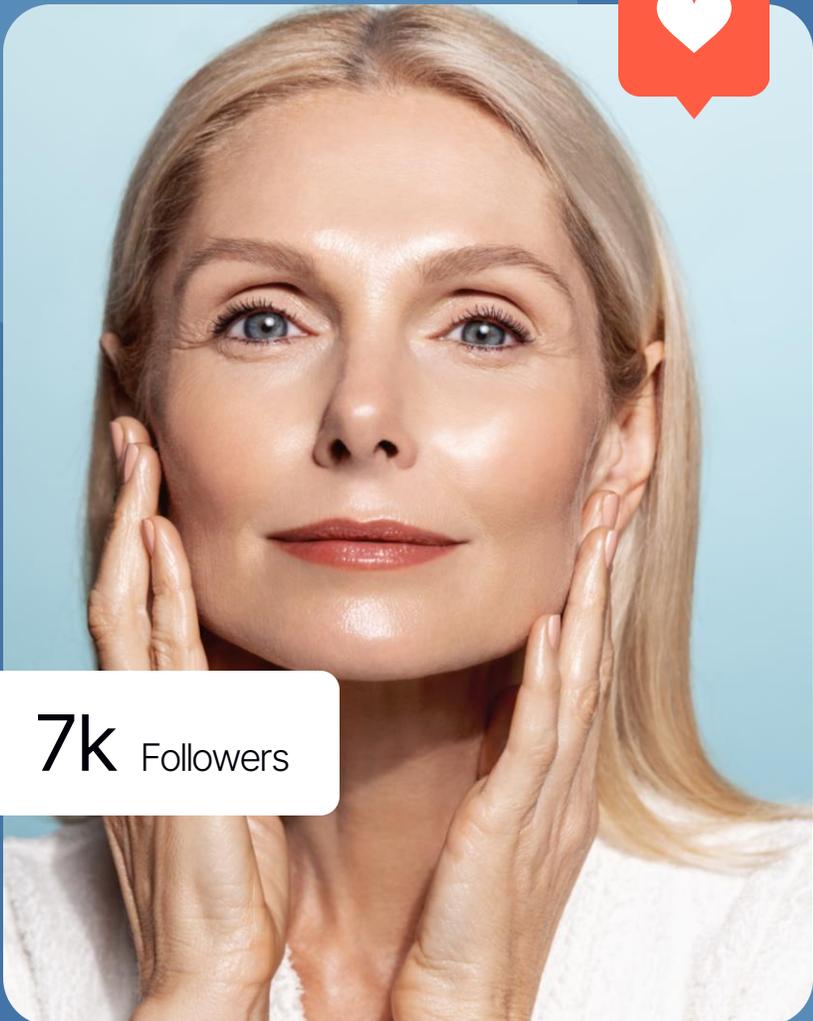


BIODERMA est une entreprise du Groupe NAOS spécialisée dans la cosmétique dermatologique.

L'histoire commence il y a 46 ans : le biologiste et pharmacien français Jean-Noël Thorel développe **les premiers produits en 1977**. Avec la fondation de BIODERMA en 1985, Thorel se penche dès lors sur le soin de la peau. L'approche holistique de la marque est unique. Elle se manifeste par le principe de l'écobiologie, qui unit l'« écosystème » et la « biologie ». Selon ce concept, la peau est considérée comme un écosystème vivant qui interagit et se transforme avec son environnement.

Proposant une gamme variée pour différents types de peau et une approche particulière en matière de protection solaire, BIODERMA s'est consolidée comme la marque principale du secteur du soin de la peau. Actuellement, **BIODERMA est présente dans plus d'une centaine de pays et enregistre une croissance constante en Allemagne.**





7k Followers



#### SECTEUR

Produits cosmétiques



#### CLIENT DE SKEEPERS DEPUIS

Janvier 2023



#### SOLUTION DE SKEEPERS

Influencer Marketing

Gifted Reviews



#### SITE INTERNET

<https://www.bioderma.fr/>



# Contexte et objectifs



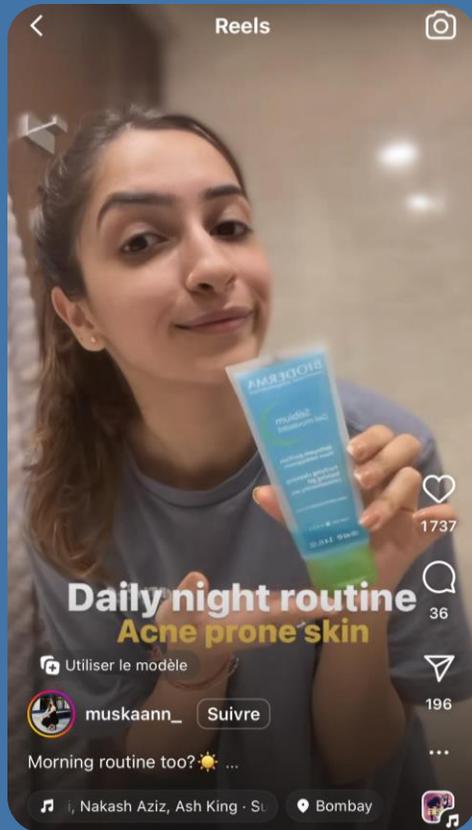
## Renforcer la notoriété et la visibilité de la marque

Suite à la réussite de la collaboration entre BIODERMA et Sleepers en Espagne, la première campagne de Sleepers en Allemagne a été lancée en janvier 2023. **La collaboration** avait pour but de renforcer de manière significative la portée et la notoriété de la marque BIODERMA en Allemagne. De même, des avis sur les produits devaient être générés pour améliorer la visibilité et **la réputation numérique** parmi les e-commerçants.

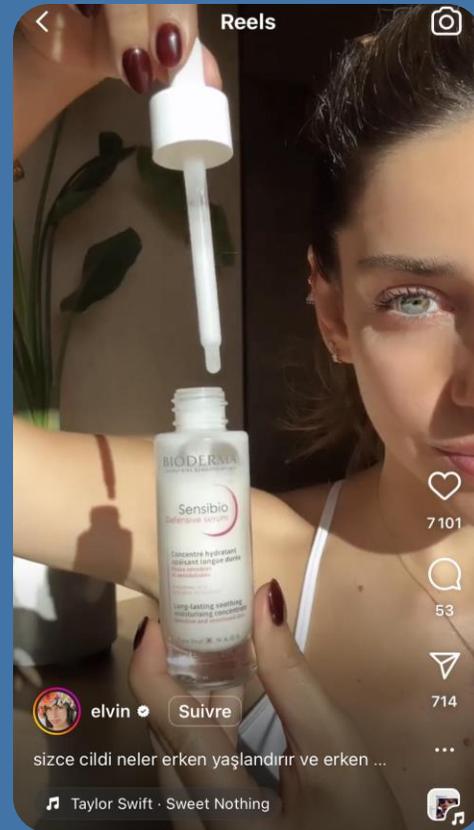
Jusqu'à présent, BIODERMA confiait à un nombre réduit de micro-influenceurs la tâche de mener des campagnes d'influence. Le défi consistait à trouver des créateurs de contenus adéquats. La collaboration avec Sleepers a permis à BIODERMA de mettre en œuvre, **de professionnaliser et d'amplifier** les processus d'activation et de gestion des influenceurs. Ainsi, la marque a pu optimiser son temps de travail et se consacrer à d'autres projets.



# Solution



Crédits photo: @muskaann\_ via Instagram



Crédits photo: @elvin via Instagram

## Une plateforme pour structurer votre stratégie de micro-influenceurs

Pour atteindre ses objectifs, BIODERMA a opté pour les solutions de Sleepers Influencer Marketing et Gifted Reviews. Sur la plateforme de Sleepers, BIODERMA a utilisé des filtres pour sélectionner parmi un large éventail d'influenceurs ceux qui correspondaient au mieux à la stratégie de la marque. La marque a également défini depuis le début le nombre de collaborations avec les influenceurs liés à la campagne. La fonction intégrée de « Profil personnel » de la plateforme a permis de réaliser une segmentation précise, garantissant ainsi la pertinence maximale des profils. Cela a considérablement simplifié le processus de sélection de la marque de cosmétiques, le rendant beaucoup plus efficace. BIODERMA a lancé six campagnes (à date au mois de juin 2023) sur Instagram et TikTok. Un total de 788 influenceurs se sont présentés aux campagnes organisées. L'âge moyen des influenceurs, des femmes pour la plupart, tournait entre 27 et 38 ans. Une collaboration avec 138 influenceurs s'est créée.



# Solution

## Gestion : plan de campagne des influenceurs



Crédits photo: @off.kuprikova via Instagram



Crédits photo: @janaxskincare via TikTok

**BIODERMA** a défini les caractéristiques du **produit que les influenceurs devaient mettre en avant, avec le** responsable digital de NAOS élaborant des plans de campagne et rédigeant un rapport détaillé pour les influenceurs. Cela comprenait les messages clés, les hashtags appropriés et des informations sur ce qui devait être évité lors de la présentation des produits. Une fois **la collaboration approuvée**, les produits ont été envoyés aux influenceurs. Un total de 97 publications ont été générées.

Dans le cadre de la solution **Gifted Reviews de Sleepers**, des **articles de BIODERMA** ont été envoyés aux consommateurs en échange d'un avis textuel et d'une notation par étoiles. Ils ont été publiés sur le site Internet de BIODERMA et chez les **retailers associés** DocMorris et Shop Apotheke.



# Résultats sur Instagram

**5,13 %** de taux d'engagement      **176 K** impressions

**813 K** abonnés      **173 K** destinataires

**9 K€** EMV (valeur médiatique)      **39 K** j'aime

**1 792** commentaires      **139** stories



CAS DE CLIENT - BIODERMA

# Résultats sur TikTok



**5,20 %** de taux d'engagement

**2 K** vues

**106** j'aime

**2** commentaires



# Résultats



141 avis

4,98/5 évaluation générale

BIODERMA a reçu un total de **141 avis de produits avec une note générale de 4,98 sur 5 étoiles via Gifted Reviews.**

Ainsi, la confiance des consommateurs envers l'efficacité des produits s'est sensiblement renforcée. Par ailleurs, les avis positifs ont assuré un **positionnement plus solide** parmi les e-commerçants. Les résultats confirment le succès des campagnes Sleepers et aident considérablement la marque de cosmétiques BIODERMA à atteindre ses objectifs dans l'e-commerce et sur les réseaux sociaux.



# Gifted Reviews

**Mandy Bettzieche**



#uncadeaubioderma  
Cette crème est géniale, hydrate beaucoup et est absorbée immédiatement. **Ne contient pas de parfum**, ce qui est parfait pour mon petit garçon ; nous adorons cette crème et l'utilisons fréquemment.

**Sara Peppel**



Le produit fonctionne très bien. La peau du **visage** devient **plus uniforme** et je me sens enfin mieux. La texture est agréable et j'adore aussi l'odeur qu'elle dégage. Une véritable merveille.  
#uncadeaubioderma

**Laura Kreideweiß**



#uncadeaubioderma  
J'ai eu l'occasion d'essayer gratuitement Bioderma Atoderm Crème Ultra et les résultats ont été excellents dès la première application : J'ai immédiatement **vu ma peau plus douce et soignée**.



# Conclusion



Grâce à **Skeepers**, **BIODERMA** a pu atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés en termes de portée et de notoriété de marque. Les campagnes d'influence et les avis de produits ont contribué de manière significative à **améliorer la visibilité** des produits publiés et la confiance des consommateurs. La collaboration avec les influenceurs s'est avérée très **efficace**. Une communication claire et des sessions spécifiques ont également contribué au succès des campagnes. BIODERMA a apprécié la disponibilité permanente de Skeepers ainsi que le professionnalisme et la fluidité du partenariat.

Sur la base de ce partenariat fructueux, BIODERMA souhaite mettre en œuvre des projets avec Skeepers à l'avenir. Les enseignements tirés des campagnes précédentes seront utilisés pour optimiser les activités futures.

L'entreprise prévoit de lancer de nouvelles gammes de produits dans un avenir proche et continuera à se concentrer sur des ingrédients de qualité et sur des partenariats avec des influenceurs appropriés. Le partenariat avec Skeepers permettra à la marque BIODERMA de renforcer sa position de leader dans le secteur des soins de la peau.



# Citation



Crédits photo: @mylittleboxde via Instagram



**Jana FIRHER**

Responsable numérique de NAOS Deutschland GmbH

La **collaboration** avec Sleepers est un atout majeur **pour** BIODERMA, car nous avons été en mesure d'accroître considérablement notre portée et la notoriété de notre marque, et nous continuerons à le faire. Nous avons été impressionnés par le professionnalisme et la simplicité de la collaboration. Nous espérons assurer la continuité de cette Success Story et renforcer davantage notre position comme marque principale dans le secteur du soin de la peau avec Sleepers.



THE UGC SOLUTION SUITE

# Get real with your community\*

[Demander une démo](#)

\*Passez aux choses sérieuses  
avec votre communauté

