

 Influencer Marketing

# Récupérer des témoignages authentiques au fil des saisons

CAS CLIENT – LABORATOIRE BIOCYTE

 Skeepers

  
BIOCYTE



# Le Client



Le laboratoire Biocyte propose des compléments alimentaires naturels haut de gamme depuis 2006.

La marque de nutrition cosmétiques basée à Mougins promet des résultats en termes de beauté, anti-âge, minceur et de santé. L'ensemble des produits sont fabriqués en France, près de Grasse, la capitale du parfum.

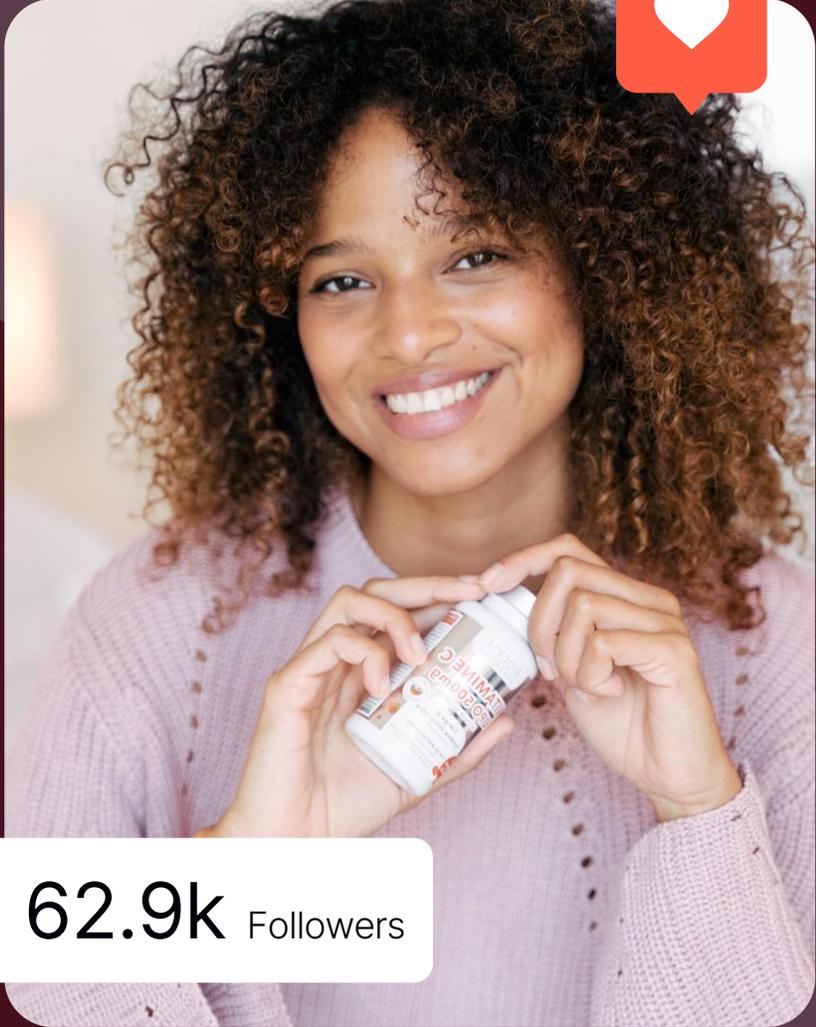
Le succès du laboratoire Biocyte repose sur l'offre d'une très large gamme de produits aux formules contenant des molécules rares et uniques.

En effet, les ingrédients de ces produits nutricosmétiques\* sont innovants, naturels et dont l'efficacité est cliniquement prouvée.

La marque fut par ailleurs récompensée 10 fois au Prix de la Victoire de la Beauté, récompense attribuée par un jury composé à 100 % de consommateurs.

Ainsi, le Laboratoire Biocyte a su être le pionnier de l'innovation en matière de compléments alimentaires naturels et techniques. La marque est aujourd'hui présente dans plus de 20 pays et elle est numéro 1 en Chine, l'un des plus grands marchés de la beauté au monde.





62.9k Followers



#### SECTEUR D'ACTIVITÉ

Beauté



#### SITE WEB

<https://www.biocyte.com>



#### CLIENT SKEEPERS DEPUIS

2021



#### PRODUITS SKEEPERS

Influencer Marketing



#### Sarah Fine

Chargé de Communication et Marketing,  
Digital chez Biocyte

« Nous souhaitons être plus performant dans le domaine du digital et affirmer notre présence sur les réseaux sociaux par le biais de l'influence. »



# Contexte et objectifs



## Récupérer des témoignages authentiques au fil des saisons

Les objectifs des campagnes d'influence du laboratoire Biocyte sont multiples. En effet, la marque a décidé de faire appel à la solution d'influence Sleepers pour lancer des campagnes en partenariat avec des nano et micro-influenceurs dans le but de développer sa stratégie digitale, et principalement pour générer de l'engagement.

La marque souhaitait récolter des posts Instagram et contenus qualitatifs des influenceurs au sujet de leurs produits, notamment dans le but de les réutiliser sur leurs divers supports de communication.



# Contexte et objectifs



De plus, l'objectif pour Biocyte était également d'affirmer sa notoriété et développer sa présence en ligne pour attirer de nouveaux consommateurs, à travers des revues authentiques sur leurs produits de la part des nano et micro-influenceurs. La marque de compléments alimentaires recherchait des profils sérieux et impliqués désireux de montrer les bienfaits de leurs produits après une certaine durée d'application afin que les résultats soient visibles.



# Solution

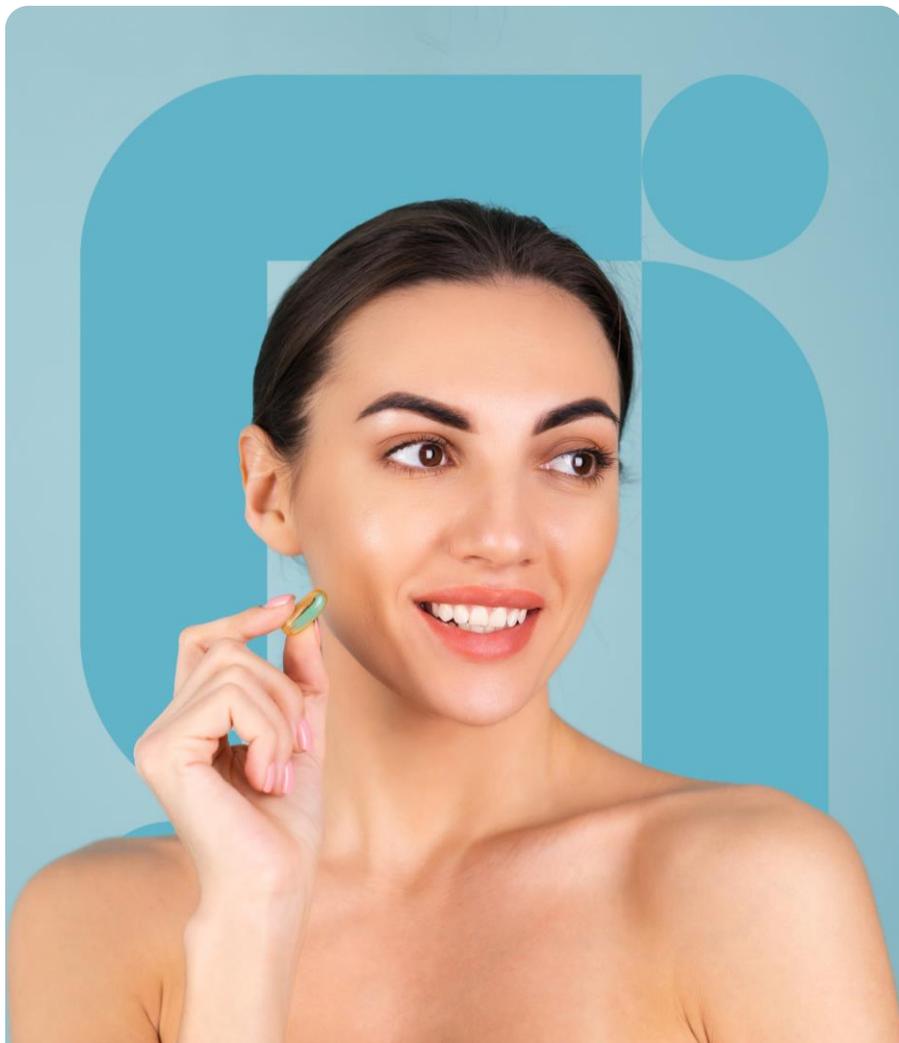


Le Laboratoire Biocyte a choisi de collaborer avec la plateforme d'influence du groupe Sleepers afin d'être mis en relation avec des influenceurs et de communiquer sur différentes gammes de compléments alimentaires tout au long de l'année. Les campagnes s'inscrivaient dans le cadre de lancements de produits comme le masque visage pour les peaux à imperfections enrichi en lait d'ânesse sorti en octobre dernier, ou selon la saisonnalité. Par exemple la gamme Immunité est souvent consommée en période hivernale, tandis que pour la saison estivale, Biocyte propose une gamme de produits solaires à base de mélanine issue de l'olive noire.

En bref, au vu de ces produits spécifiques, il était important de bien cibler les nano et micro-influenceurs afin de récolter des retours crédibles et sincères.



# Solution



Nos nano et micro-influenceurs ont pu tester les produits de la marque et donner leurs avis détaillés sur Instagram. Les posts Instagram se sont révélés être les contenus les plus performants en comparaison aux Instagram Stories et vidéos TikTok grâce aux légendes permettant d'ajouter un descriptif complet sur la composition et l'utilisation des produits.

La marque a également organisé un jeu concours et partagé un code promotionnel pour sa TROUSSE BIO IN & OUT, un kit développé contre les imperfections. Cela a permis à Biocyte de gagner de nouveaux abonnés, d'augmenter les conversions et de tracker les ventes.



# UGC récoltés



Keratine Masque 2 EN 1  
[@bavardagesetmaquillage](#)



Gummies collagen  
[@unecitadinedansunbledpaume](#)



Imperfections masque visage  
[@mathildemtzz](#)



# Résultats



En 1 an, Biocyte a activé 25 campagnes d'influence, regroupant plus de 200 contenus sur Instagram, qui ont permis de générer un taux d'engagement moyen de plus de 5 % !

Grâce à notre solution d'influence, la marque a pu facilement réactiver certains profils de nano et micro-influenceurs qualitatifs. Un grand atout pour la marque car certains de leurs produits sont complémentaires, ce qui permet de montrer aux consommateurs de meilleurs résultats. De plus, les influenceurs sélectionnés par Biocyte qui ont pu travailler sur plusieurs campagnes ont une meilleure compréhension de ses attentes et de l'utilisation de ses produits. Etant donné que les compléments alimentaires se consomment sur une longue durée, les abonnés des influenceurs activés ont pu voir le résultat des bienfaits des produits après des semaines d'utilisation.



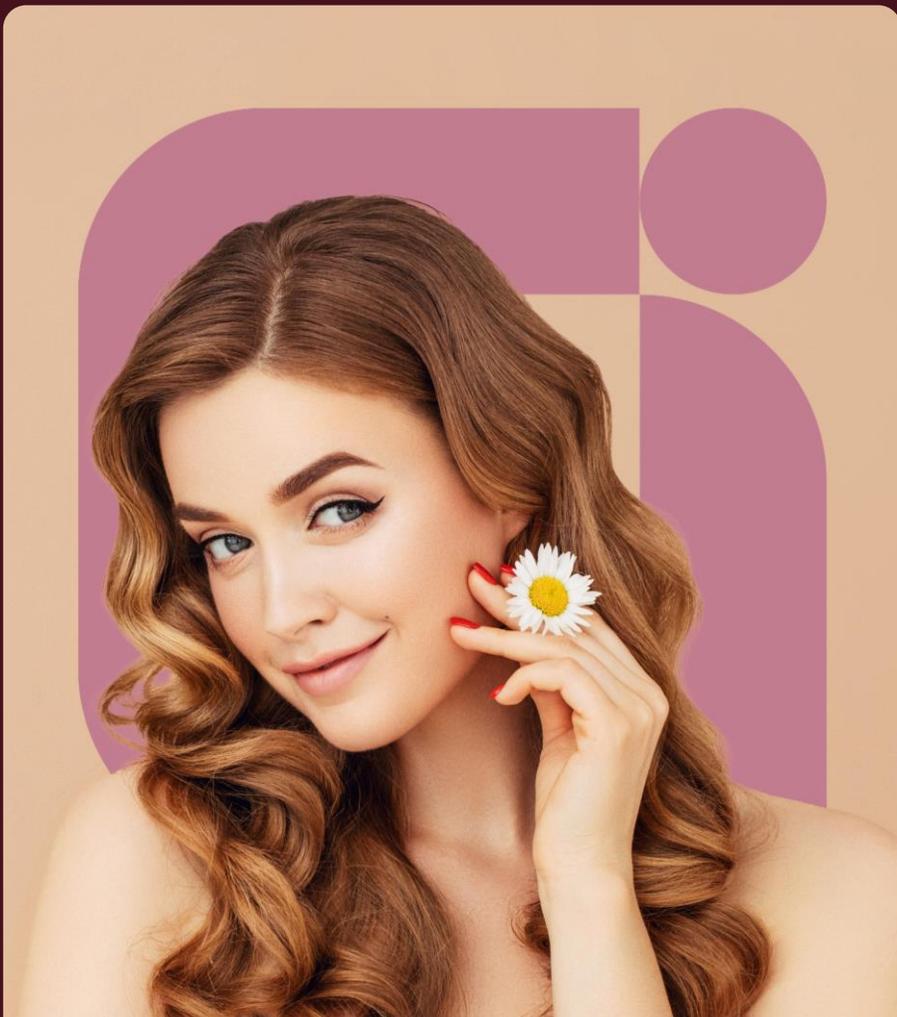
# Résultats



Par ailleurs, Biocyte souligne la facilité d'utilisation de la plateforme d'influence notamment pour être mis en relation avec une communauté d'influenceurs présélectionnés. Sarah Fine, chargée de communication et marketing digitale chez Biocyte, en charge des campagnes d'influence, nous confie avoir apprécié la plateforme car celle-ci est « très intuitive et les marques sont bien accompagnées ».



# Résultats



Notre solution marketing a également permis à la marque de suivre les campagnes et résultats en temps réel et de télécharger les UGC (User Generated Content) grâce à la licence de cession des droits contenus.

Biocyte a choisi de se focaliser sur la réutilisation des contenus des influenceurs, notamment pour les repartager sur leurs comptes officiels de réseaux sociaux. Pour sélectionner les posts les plus qualitatifs, la marque s'est focalisée sur le taux d'engagement des influenceurs.

Ainsi, la priorité du laboratoire Biocyte était de générer des posts de haute qualité, réutilisables, plutôt que d'envoyer des produits en masse aux influenceurs pour obtenir de plus grandes quantités de posts. Certains nano et micro-influenceurs de notre plateforme continuent de travailler avec la marque car ils correspondent aux attentes et valeurs de Biocyte.



# Résultats

**208** Posts

**280k** Interactions

**5,5%** Taux  
d'engagement moyen

**40k€** Earned  
Media Value



# Résultats



**Sarah Fine**

Chargé de Communication et Marketing,  
Digital chez Biocyte

« Collaborer avec la plateforme d'influence Skeepers nous a permis de récolter des contenus d'influenceurs très qualitatifs sur nos produits. [...] Je recommande la plateforme aux entreprises qui souhaitent développer leur stratégie d'influence car elle est très intuitive et les marques sont bien accompagnées. »



THE UGC SOLUTION SUITE

# Get real with your customers

[Book a Demo](#)

