Influencer Marketing

Comment Clarins a augmenté sa visibilité aux Etats-Unis grâce à la micro-influence ?

CAS CLIENT – CLARINS

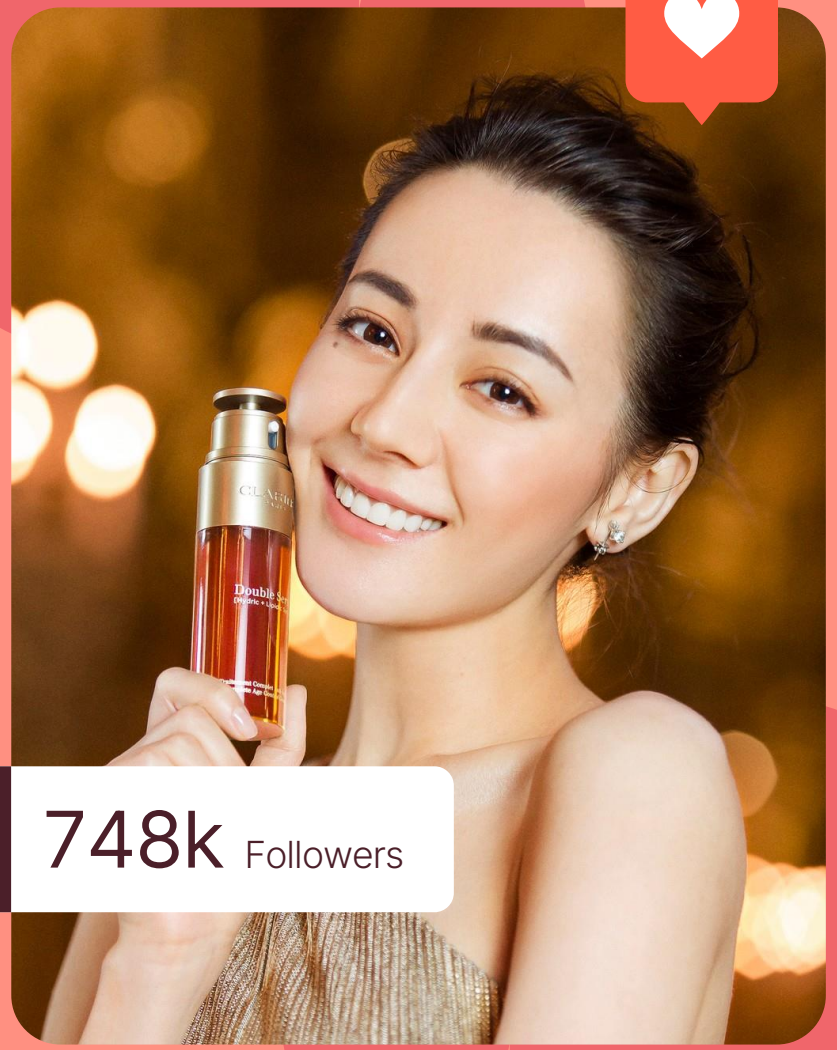
CLARINS
PARIS

Skeepers

Le Client

Clarins est une marque beauté.

Clarins est la marque numéro 1 du soin prestige en Europe. Créée en 1954, par Jacques Courtin-Clarins elle fabrique et commercialise des produits de soin pour la peau, de maquillage. De portée internationale, Clarins est aujourd'hui présente dans plus de 150 pays.



748k Followers

SECTEUR D'ACTIVITÉ
Beauté

SITE WEB
www.clarins.fr

CLIENT SKEEPERS DEPUIS
2015

PRODUIT SKEEPERS
Influencer Marketing

Lucas Petry
PR et Influencer Projects Manager chez Clarins

« Grâce à l'incroyable base d'influenceurs de Skeepers Influencer Marketing, le processus est super facile et donne des résultats très positifs. »

Contexte et objectifs

Développer sa notoriété dans les secteurs de la cosmétique et du parfum sur un nouveau marché.

Principalement connue pour ses soins de la peau, la marque haut-de-gamme Clarins souhaitait étendre sa notoriété aux Etats-Unis, en ciblant particulièrement une audience plus jeune grâce à ses produits Cosmétiques, Parfums et Soins du corps.

Même si elle ne peut pas contrôler les échanges individuels entre les utilisateurs sur les réseaux sociaux, travailler avec une plateforme d'influence comme celle de Skeepers permet à Clarins de construire et entretenir une relation plus forte avec les influenceurs et de façonner la manière dont elle souhaite que sa marque soit perçue.

Solution

Générer des posts d'influenceurs en continu et campagnes spécifiques

Comme toute marque avec une approche Data-Driven, il était essentiel pour Clarins de pouvoir s'appuyer sur des rapports de performance pertinents et de pouvoir suivre les différents indicateurs de ses opérations avec les influenceurs, pour être en mesure d'identifier le contenu et les produits qui résonnent le plus auprès de sa communauté et d'optimiser ses prochaines campagnes.

Collaborer avec Skeepers permet à CLARINS US de suivre le reach et l'engagement des posts mais aussi de pouvoir filtrer et sélectionner minutieusement les influenceurs les plus en adéquation avec ses valeurs pour répondre à chacun de ses objectifs. C'est ainsi que la marque a pu mettre en place des mécaniques de campagnes stratégiques : la création de contenu « en fil-rouge », pour générer des posts d'influenceurs en continu et des campagnes spécifiques pour leurs lancements de produits pour surprendre et réenchanter ses communautés régulièrement.

Résultats

En seulement 6 mois, Clarins a collaboré avec 1 118 influenceurs et généré 1 369 posts authentiques d'influenceurs, lui permettant de gagner plus de 4 millions d'interactions. La stratégie adoptée par Clarins est un véritable succès pour assurer à la marque une présence en continu sur les réseaux sociaux auprès d'audiences ciblées à la fois pour ses produits phares et pour ses nouveaux produits tout en étant capable de suivre et d'améliorer continuellement la performance de ses campagnes grâce à des KPIs bien définis : le reach et l'engagement.

Inspirations

Crédit : @salomio

Crédit : @djorys_fr

Crédit : @ezrah.ra

Résultats

1 369

Posts

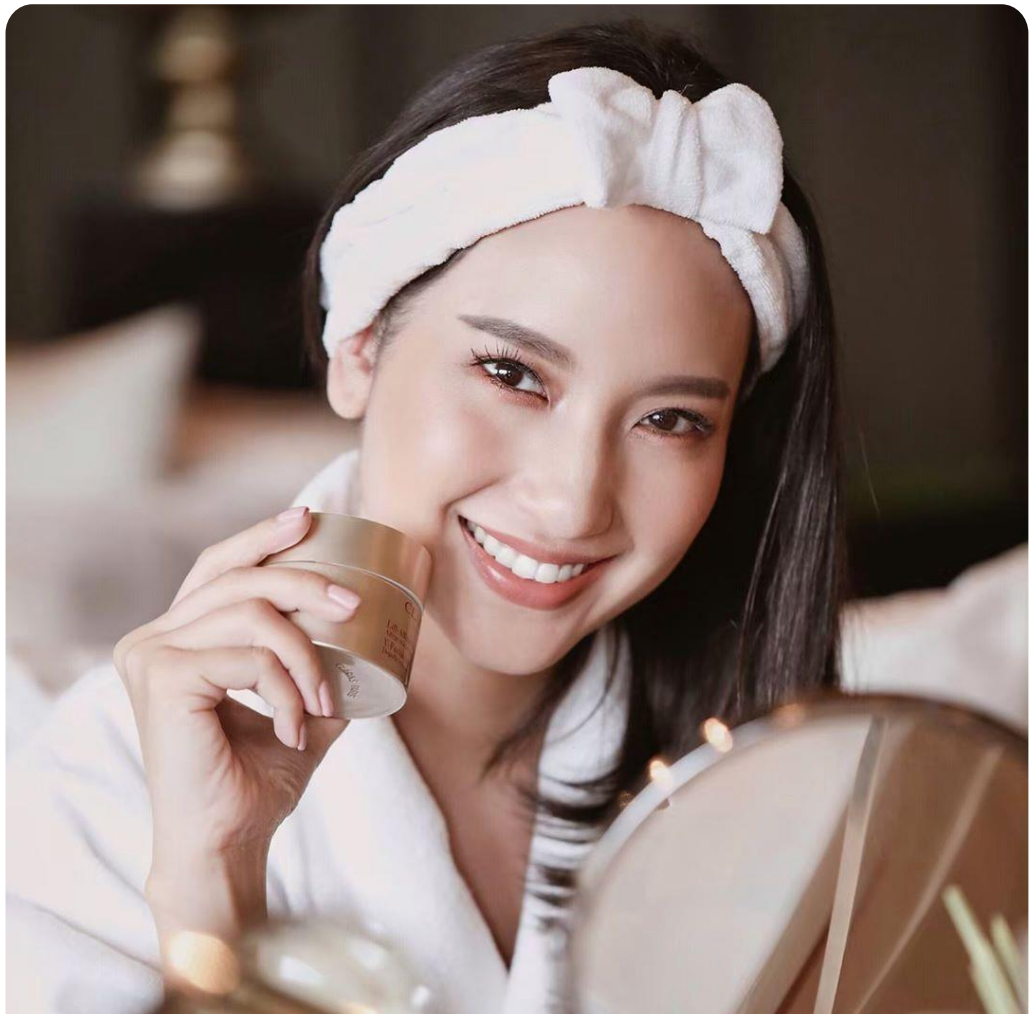
74%

De posts générés grâce à Skeepers Influencer Marketing

4,1 M

Interactions

Résultats



Lucas Petry
PR et Influencer Projects Manager chez Clarins

"Skeepers Influencer Marketing est la solution clé en ce qui concerne le rayonnement régional. Il permet à Clarins d'être visible et désirable sur tous nos marchés. Grâce à l'incroyable base d'influenceurs de la plateforme, le processus est super facile et donne des résultats très positifs."

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real about customer engagement

Book a Demo