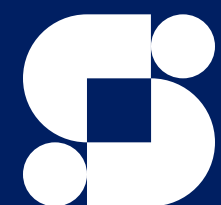


USER GUIDE : PRISE EN MAIN DE LA PLATEFORME

# SKEEPERS INFLUENCE MARKETING

2<sup>nd</sup> January 2024





# Sommaire

## Module 1 :

- Introduction à la solution et configuration du compte

## Module 2 :

- Création des campagnes

## Module 3 :

- Gérer les demandes & valider les influenceurs

## Module 4 :

- Rapports & suivi des performances





Module 1 :

# Introduction à la solution & Configuration du compte

Objectifs :

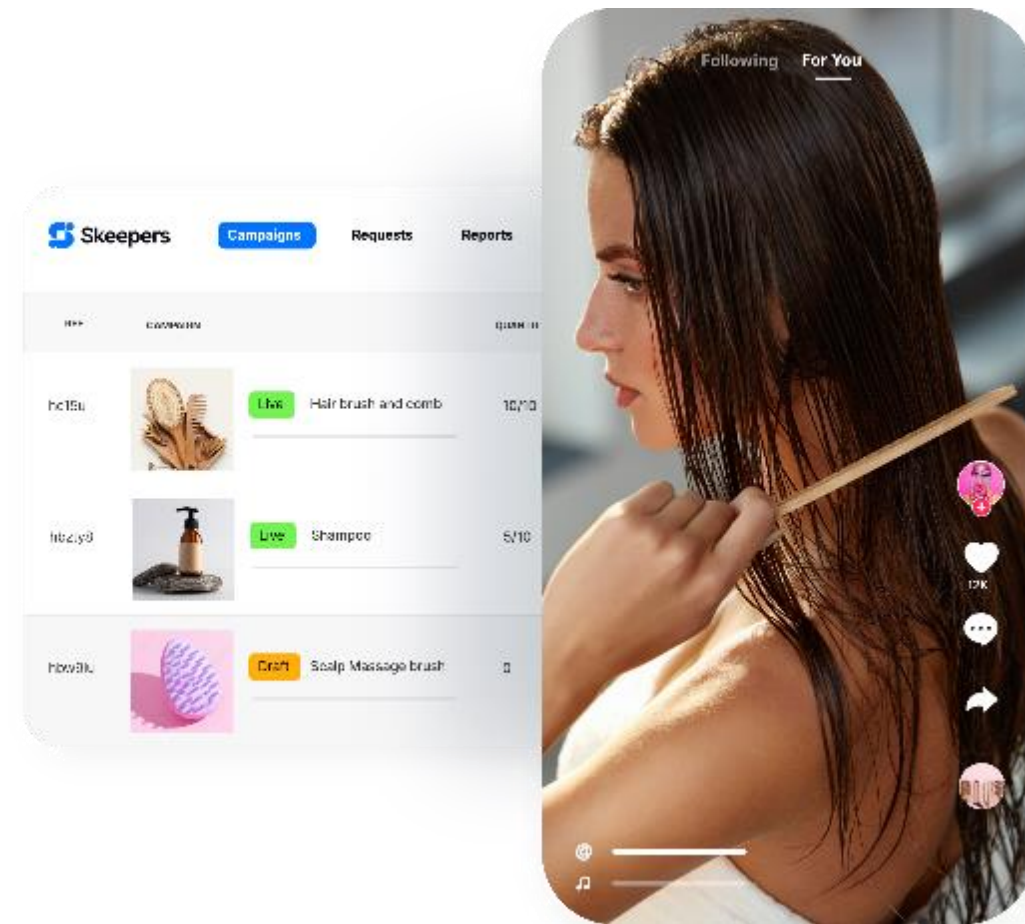
- Comprendre la solution Influencer Marketing Skeepers
- Connaître les principaux paramètres du compte et configurer le Store de la marque





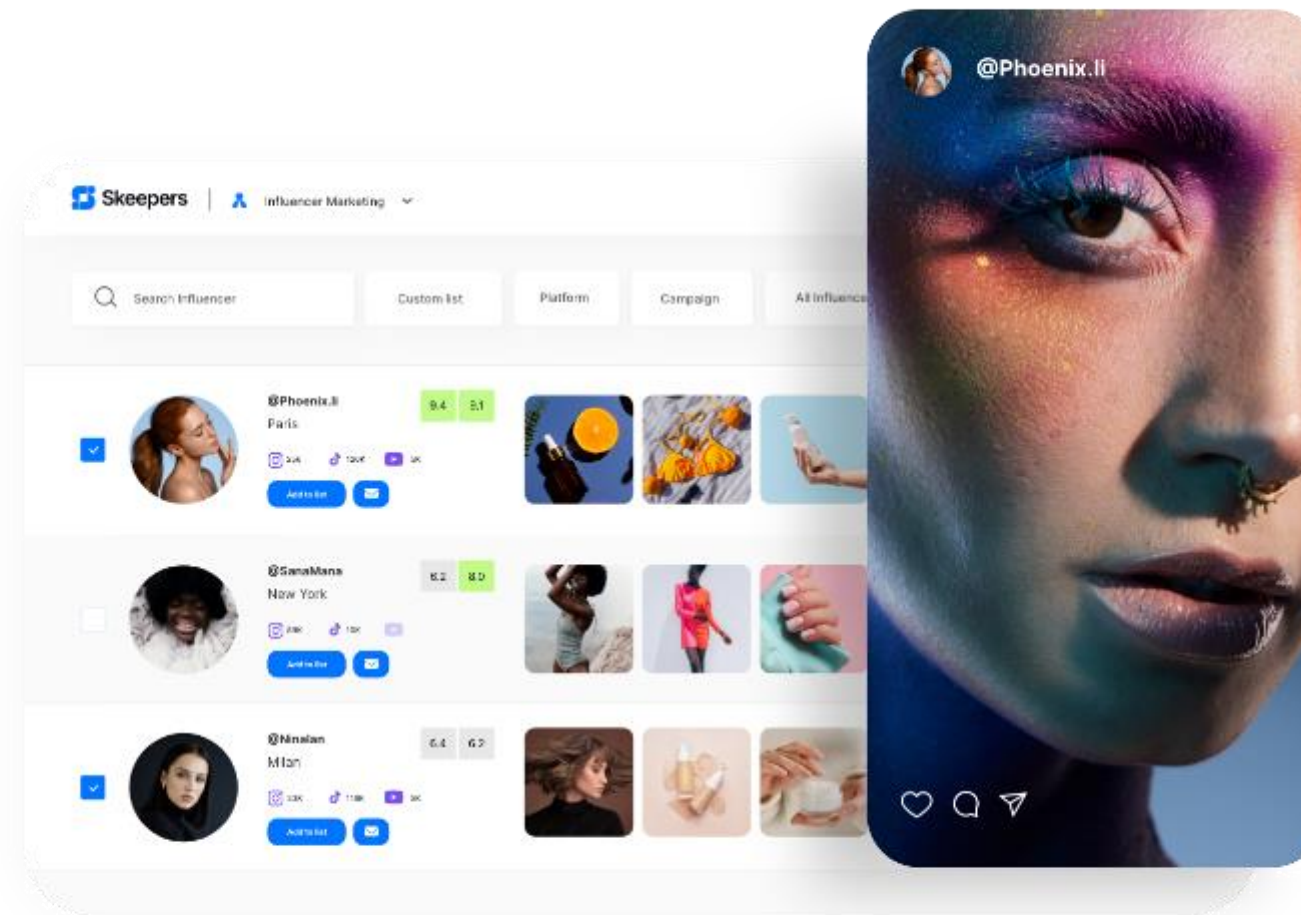
# INFLUENCER MARKETING

Améliorez votre visibilité et votre crédibilité avec notre plateforme d'influence et de collecte d'avis. Générez des contenus authentiques sur vos marques et vos produits avec notre communauté de 150 000 micro-influenceurs et 350 000 nano-influenceurs et consommateurs.



Création de la campagne

- Définissez vos objectifs de campagnes (brief, produit mis en avant, délai...) et paramétrez vos critères de sélection.
- Vous pouvez cibler les influenceurs via une centaine de critères, par exemple leurs critères démographiques ou leurs habitudes de consommation.



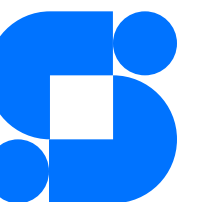
Ciblage des influenceurs

- Grâce à notre plateforme d'influenceurs, vous êtes mis en relation avec une large communauté de profils d'influenceurs préalablement sélectionnés sur les réseaux sociaux Instagram, TikTok et YouTube.
- Entrez en contact avec eux et gérez vos collaborations depuis le même outil.



Generation de contenu & exploitation de la data

- Tous les KPIs essentiels à l'analyse des campagnes de marketing d'influence sont disponibles sur notre plateforme d'influenceurs
- Trackez la performance de vos campagnes et mesurez l'atteinte de vos objectifs.





# Paramètres & Accès



# PARAMÈTRES PERSONNELS

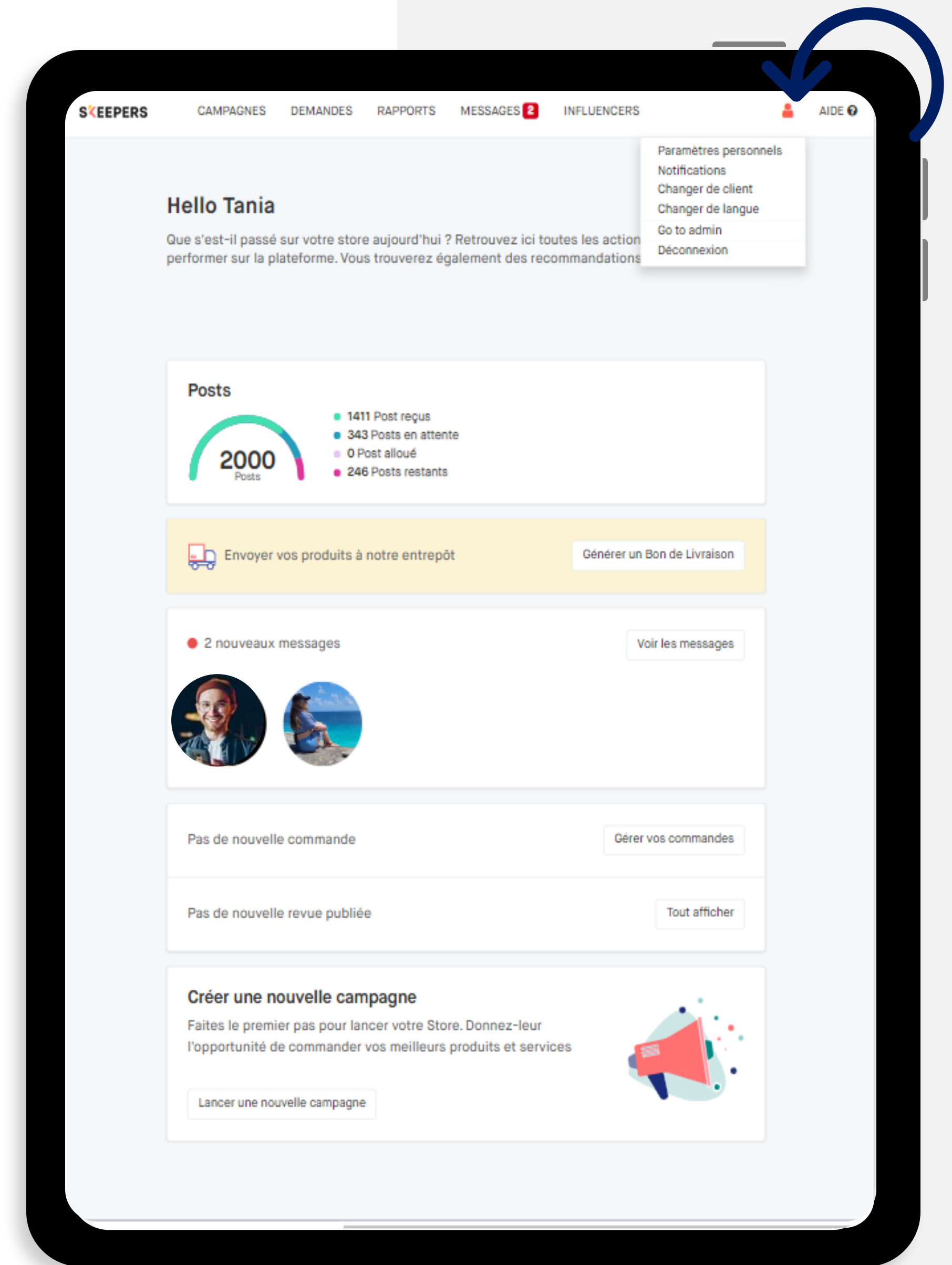
**Comment y accéder ?** Cliquez sur votre profil, en haut à droite de la plateforme



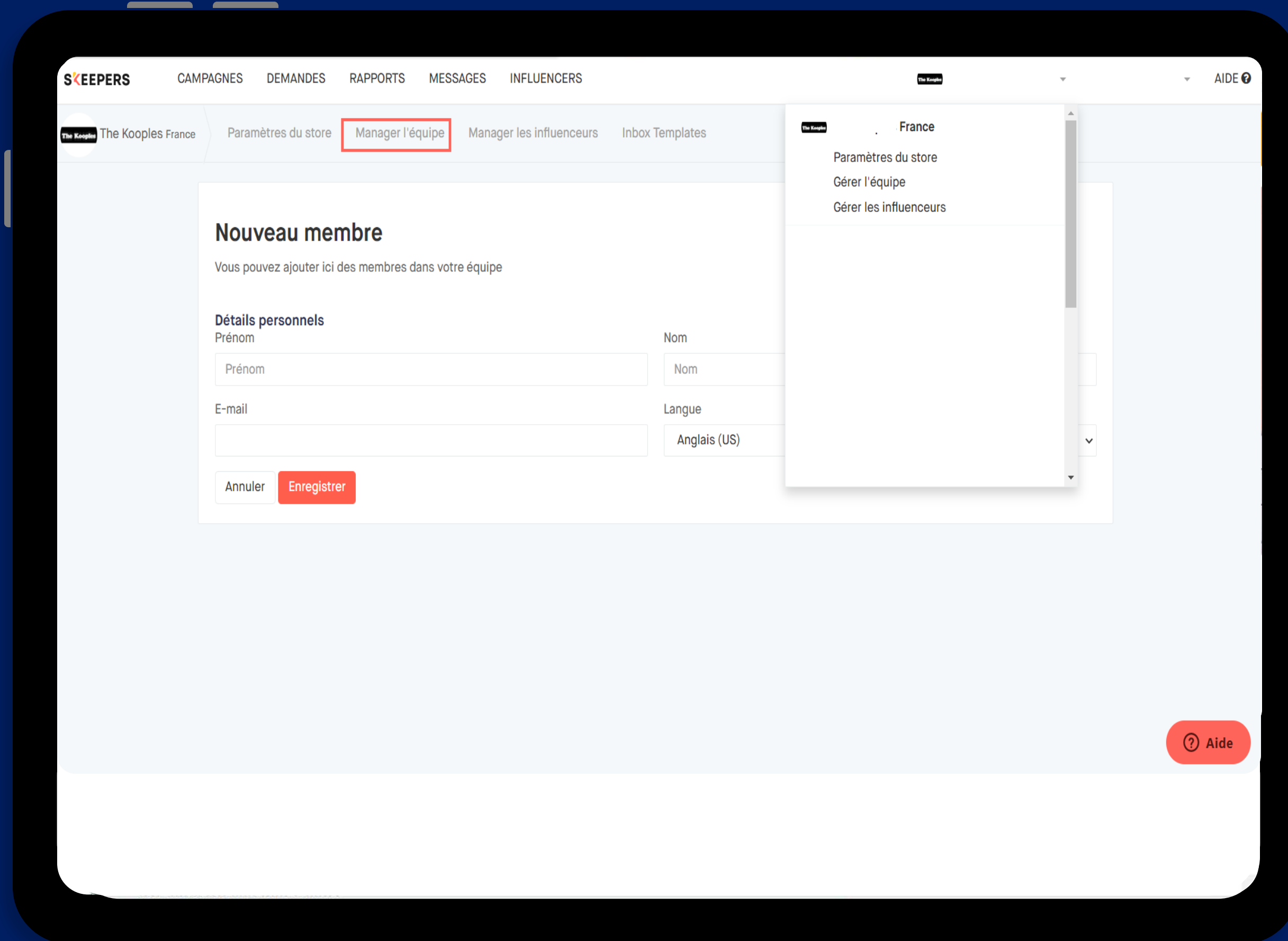
**Paramètres Personnels**  
Complétez vos informations  
et générez votre mot de  
passe



**Notifications**  
Activez les notifications  
pour suivre vos campagnes

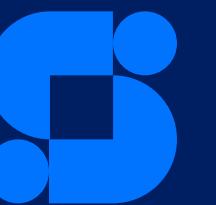


# GÉRER VOS UTILISATEURS



Vous avez la possibilité d'ajouter des utilisateurs et gérer les permissions :

- Consultation uniquement
- Consultation et édition



# Créer votre STORE





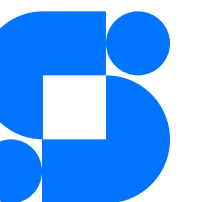
# Qu'est-ce que le STORE ?

Votre **store** représente le **profil de votre marque et vos campagnes disponibles** sur le **Free Store**.

Votre store sert à communiquer les valeurs et les avantages de votre marque et à attirer les influenceurs.

Il est important d'ajouter une description complète, une image attrayante qui motive les influenceurs à collaborer avec vous.

Le **Free Store** est l'endroit où les influenceurs trouveront toutes les campagnes disponibles des différentes marques et où les influenceurs décideront de participer ou non.



# COMMENT CRÉER VOTRE STORE ?

**Comment y accéder ?** Cliquez sur votre profil, en haut à droite de la plateforme et ensuite sur paramètres du store.

Les **éléments** de votre store :

- Nom de votre MARQUE
- Description : il est important d'écrire une courte description pour expliquer le message principal et la mission de votre marque.
- Logo de votre MARQUE – taille minimum 750\*550
- Banner (vous pouvez profiter pour afficher une image qui va mettre en valeur vos produits)

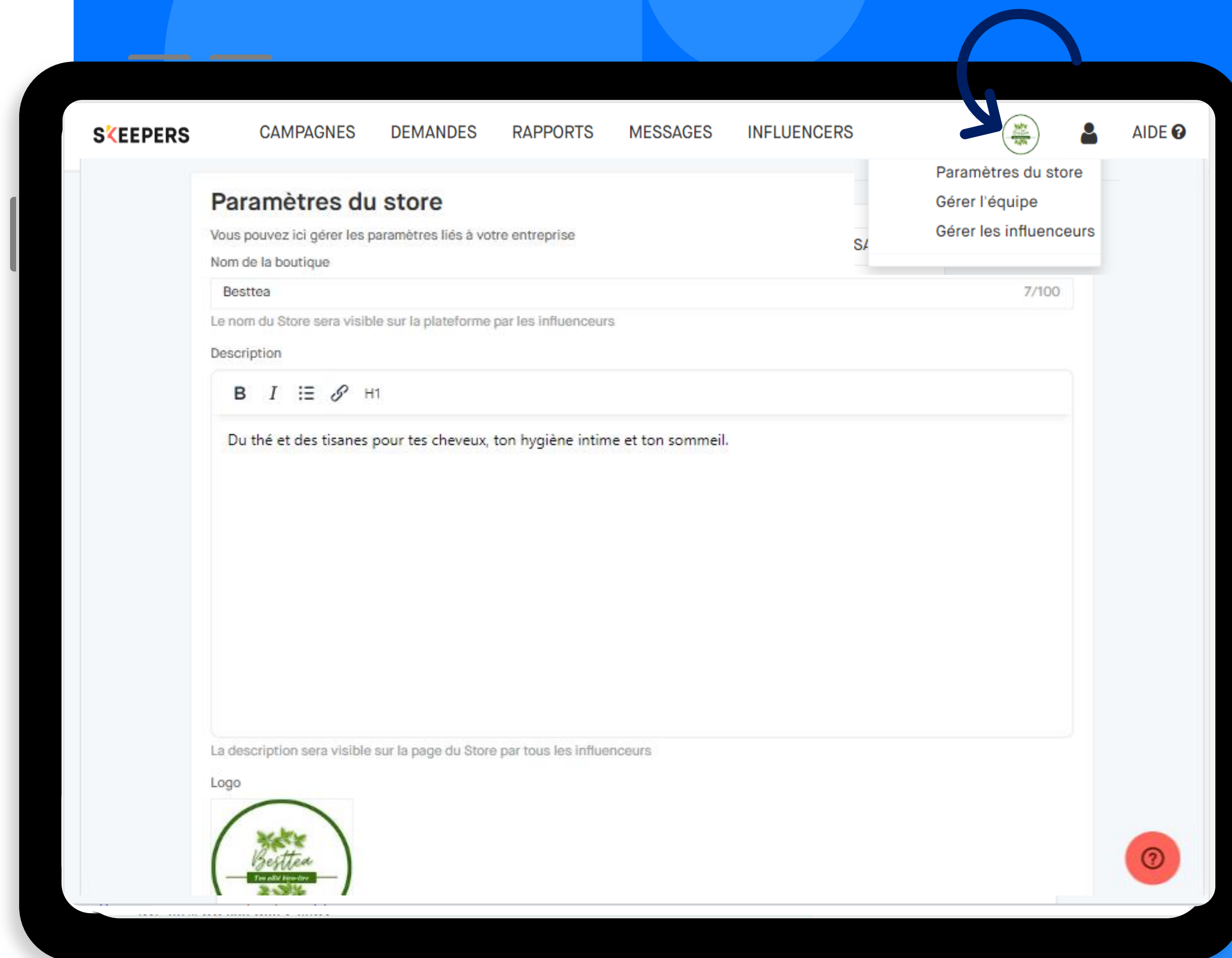
**Conditions de divulgation.** Elles sont utilisées pour les règles de transparence.

- Nom & hashtag officiel

**Informations de votre site & d'autres réseaux sociaux**

- Url site e-commerce
- Lien vers vos réseaux sociaux

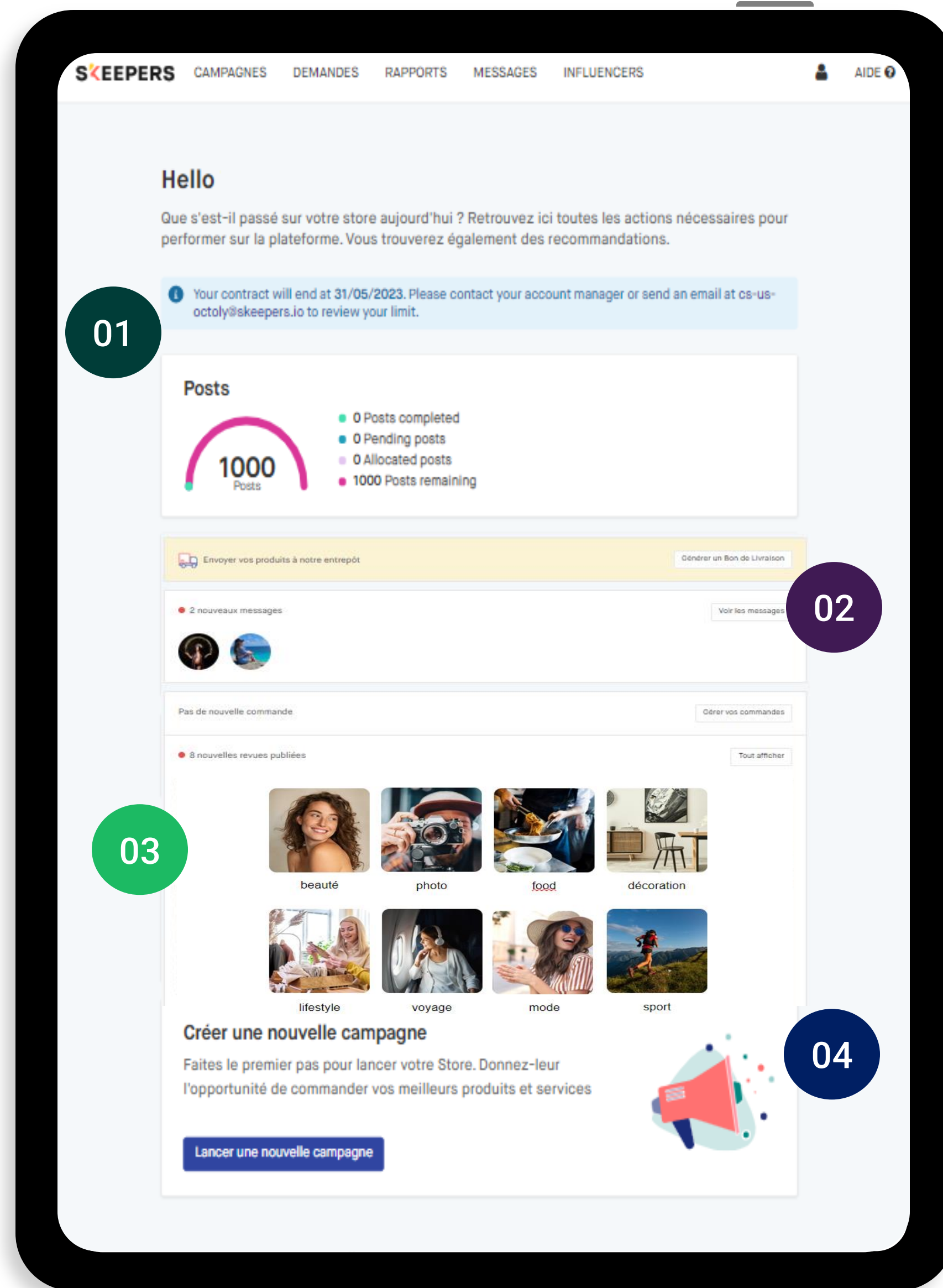
Tous vos collègues présents dans 'Gérer l'équipe', depuis l'onglet 'Editer le store' peuvent accéder à votre store.





# Dashboard de suivi des activités





# MON DASHBOARD

Depuis la page d'accueil, suivez les **informations clés** sur l'utilisation du compte.

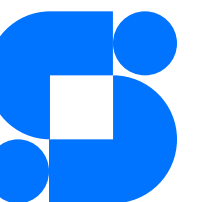
Vous aurez une **visibilité complète** de l'activité de votre compte.

01 Nombre de **ASSETS** (contenu crée : post, reels ou avis) contractés et leurs statuts

02 Nouveaux messages, commandes et envois

03 Dernier contenu publié

04 Accès pour créer une nouvelle campagne





# VOS ASSETS

## Posts



- 0 Post reçu
- 0 Post en attente
- 0 Post alloué
- 1000 Posts restants

## Avis consommateurs



- 0 Avis reçu
- 0 Avis en attente
- 0 Avis alloué
- 1000 Avis restants

01

### Reçu

En vert, les assets (post ou review) 'terminés' : les publications ont été mises en ligne par les créateurs.

02

### En attente

En bleu, les assets "en attente" : les créateurs ont été validés mais n'ont pas encore publié leurs publications

03

### Alloué

En violet, les assets "alloués" : ont été affectés à des campagnes : Le nombre des post ou reviews que vous avez besoin pour vos campagnes

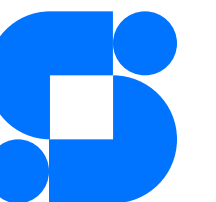
04

### Restants

En rose, les assets "restants" : vos assets disponibles qui peuvent être affectés à de nouvelles campagnes.

Les assets ont 4 statuts et ne peuvent pas être dans 2 statuts différents en même temps.

Un asset : Un post ou story sur Instagram, un post sur Tik Tok, un vidéo sur Youtube ou un avis sur vos fiches produit...



Module 2 :

# Création des campagnes

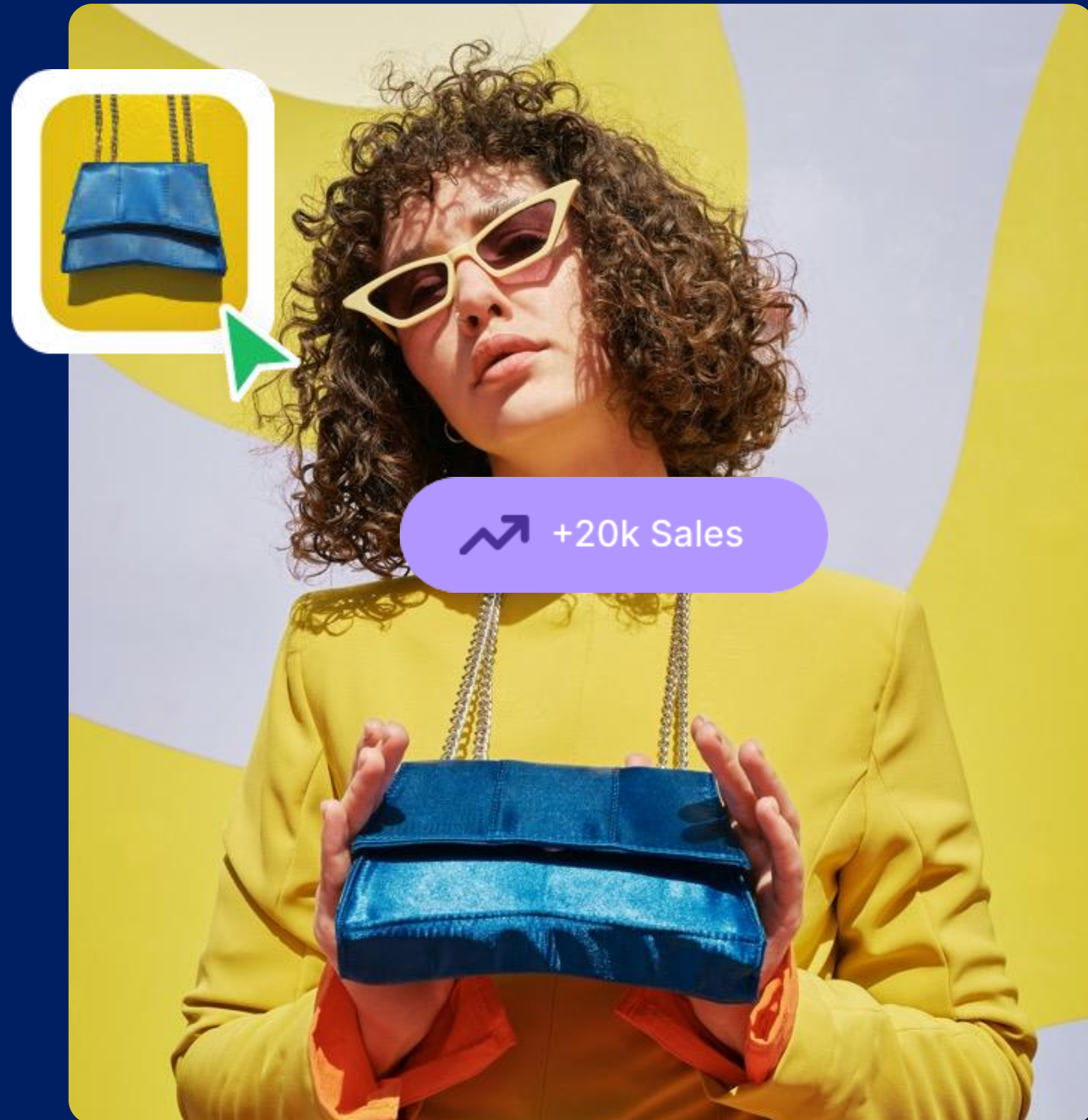
Objectifs :

- Créer des campagnes
- Cibler l'audience en fonction des enjeux et selon les réseaux sociaux





# Qu'est-ce qu'une campagne ?

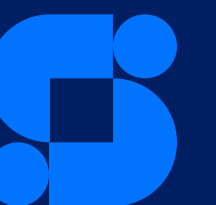


Une campagne est un outil de promotion de votre produit.

Celle-ci vous permet de valoriser votre produit ou votre service, via un message publicitaire personnalisé, en ciblant un groupe spécifique d'influenceurs pendant une durée de temps limitée.

L'année est rythmée par de nombreux temps forts, qu'ils soient communs au marché ou spécifiques à votre marque.

Il est donc primordial de profiter de ces dates clés pour lancer des campagnes d'influence à succès. Anticipez vos temps forts et planifiez vos campagnes à l'avance !



# TYPES DE CAMPAGNES



## ONE PLATFORM

Ciblage d'un seul réseau social par campagne



## CROSS PLATFORM

Ciblage de plusieurs réseaux sociaux par campagne  
Vous donnez l'opportunité aux influenceurs de choisir sur quel réseau social créer de contenu



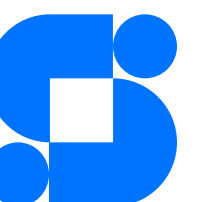
## GIFTED REVIEWS

Vous pouvez demander jusqu'à 3 avis consommateur (texte) dans vos fiches produit.



## MULTIASSETS

Ciblage de 2 réseaux sociaux ou 2 + avis consommateur.  
Vous demandez aux influenceurs de créer contenu sur 2 plateformes différents.





# Création d'une campagne



# VOTRE CHECKLIST POUR PRÉPARER VOTRE CAMPAGNE

## Checklist avant de lancer votre première campagne



Avant de lancer la première campagne lors de la session de formation, nous vous recommandons de préparer les éléments suivants :

1. Vérifier la connexion à la plateforme
2. Préparer les éléments nécessaires pour personnaliser votre Store
3. Préparer les questions ci-dessous et compléter la checklist

### Questions à vous poser avant de mettre en place votre campagne :



Quel est l'objectif de la campagne ?



Quelle est votre cible d'influenceurs ?



Avec combien de créateurs de contenu aimeriez-vous collaborer ?



Sur quels réseaux sociaux souhaitez-vous activer la campagne ?



Quel ou quels produits voulez-vous mettre en avant ?



### Personnalisation de votre Store

- ☐ Logo de la marque (750\*550)
- ☐ Nom de la marque
- ☐ Hashtag officiel
- ☐ URL réseaux sociaux
- ☐ Image de couverture ( 1500\*440px )
- ☐ Description de la marque



### Produit de la campagne

- ☐ Nom du produit, catégorie & prix
- ☐ Lien vers le produit
- ☐ Quantité du produit
- ☐ Variants du produit



### Création de la campagne

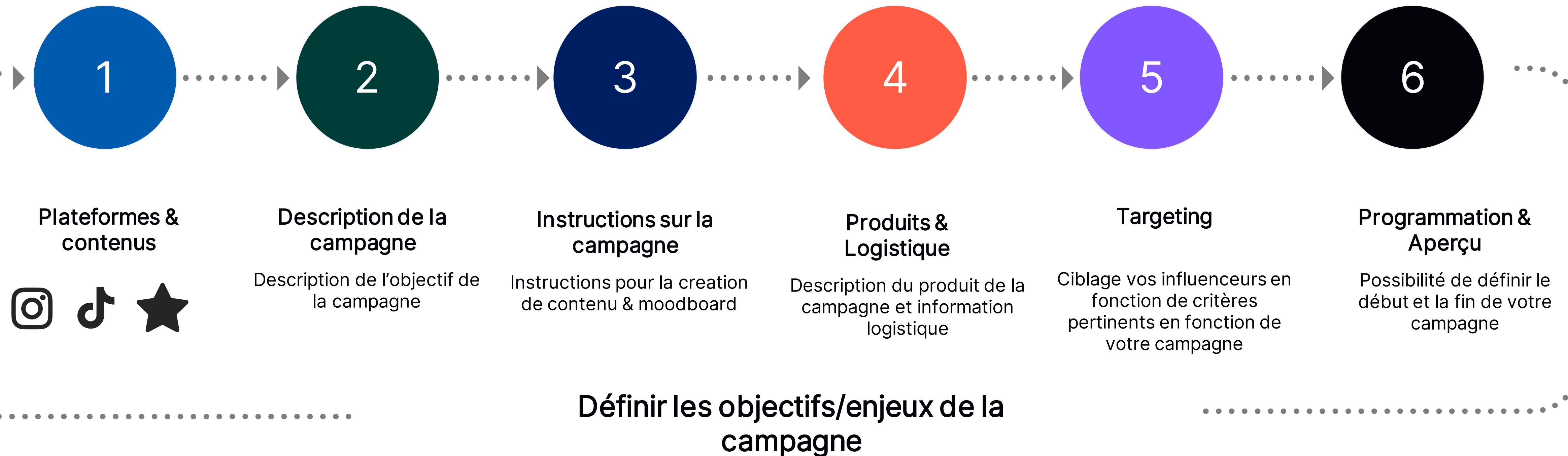
- ☐ Nom de la campagne
- ☐ Réseaux sociaux
- ☐ Image pour illustrer la campagne (750\*550 px)
- ☐ Description de la campagne
- ☐ Brief campagne : description produit, guidelines du contenu, hashtags obligatoires, photos moodboard
- ☐ Caractéristiques influenceurs : ( âge, genre, # abonnés)



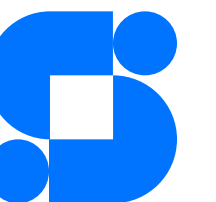
Join the UGC  
revolution today



# PROCESSUS DE CRÉATION D'UNE CAMPAGNE



Avant de vous lancer dans la création de la campagne, n'hésitez pas à remplir la **checklist**, cela vous permettra de préparer tous les éléments nécessaires en amont



# CRÉER UNE CAMPAGNE

Il existe deux possibilités pour créer une campagne.

Electrolux

0 / 5 campagnes ouvertes

Editer le store

Créer une campagne

Aperçu du store

Export

1


Dashboards principal

Τ ΗΘΗΝΙϋρ τῷ ΙΝΙττῷ ψῆιζ ὅλς βῖϋ Ἀνῆλνῖ ρἈνῖ  
πΨῖρ ΝϐΨιπτῆτῆ Νῖλνῖ ψῖΨλνβ ψῖϐ Νῖλς τῆ Νῖλττῖ  
λΨῖπτῖτῖς ϖῖϋ ὅ λτῖ

Créer une nouvelle campagne

Faites le premier pas pour lancer votre Store. Donnez-leur l'opportunité de commander vos meilleurs produits et services

Lancer une nouvelle campagne

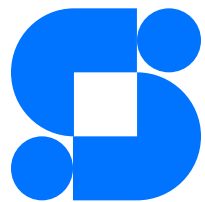


2

Section Campagnes

Dans la section des campagnes, vous trouverez le bouton permettant de créer une nouvelle campagne.

**Veillez noter que vous avez également la possibilité de dupliquer une campagne.**





# CRÉER UNE CAMPAGNE (1/6)

## Plateformes & Contenus

×

PLATEFORMES & CONTENUS

Vous devez sélectionner au moins un contenu sur la plateforme de votre choix.

1000/1000 Posts remaining | 1000/1000 Avis consommateurs remaining

Veuillez contacter votre account manager ou envoyer un courriel à cs-eu@octoly.com pour revoir votre limite.

INSTAGRAM

INSTAGRAM STORIES

YOUTUBE

TIKTOK

TEXT REVIEWS

+

Ajouter une combinaison

Suivant

INSTAGRAM

INSTAGRAM STORIES

YOUTUBE

TIKTOK

AVIS CONSOMMATEUR

OU

INSTAGRAM

INSTAGRAM STORIES

YOUTUBE

TIKTOK

AVIS CONSOMMATEUR

### Nommez la campagne

Le nom de la campagne doit **être à la fois explicite et attractif**. Le titre doit court et percutant. Il faut que l'influenceur ai envie de postuler. !

**Attention !** Le titre doit contenir un maximum de 69 caractères

### Choisissez les réseaux sociaux

Vous pouvez ici **définir le réseau** sur lequel votre campagne sera diffusée (Instagram, TikTok, Youtube) et aussi prévoir des campagnes d'avis consommateurs.

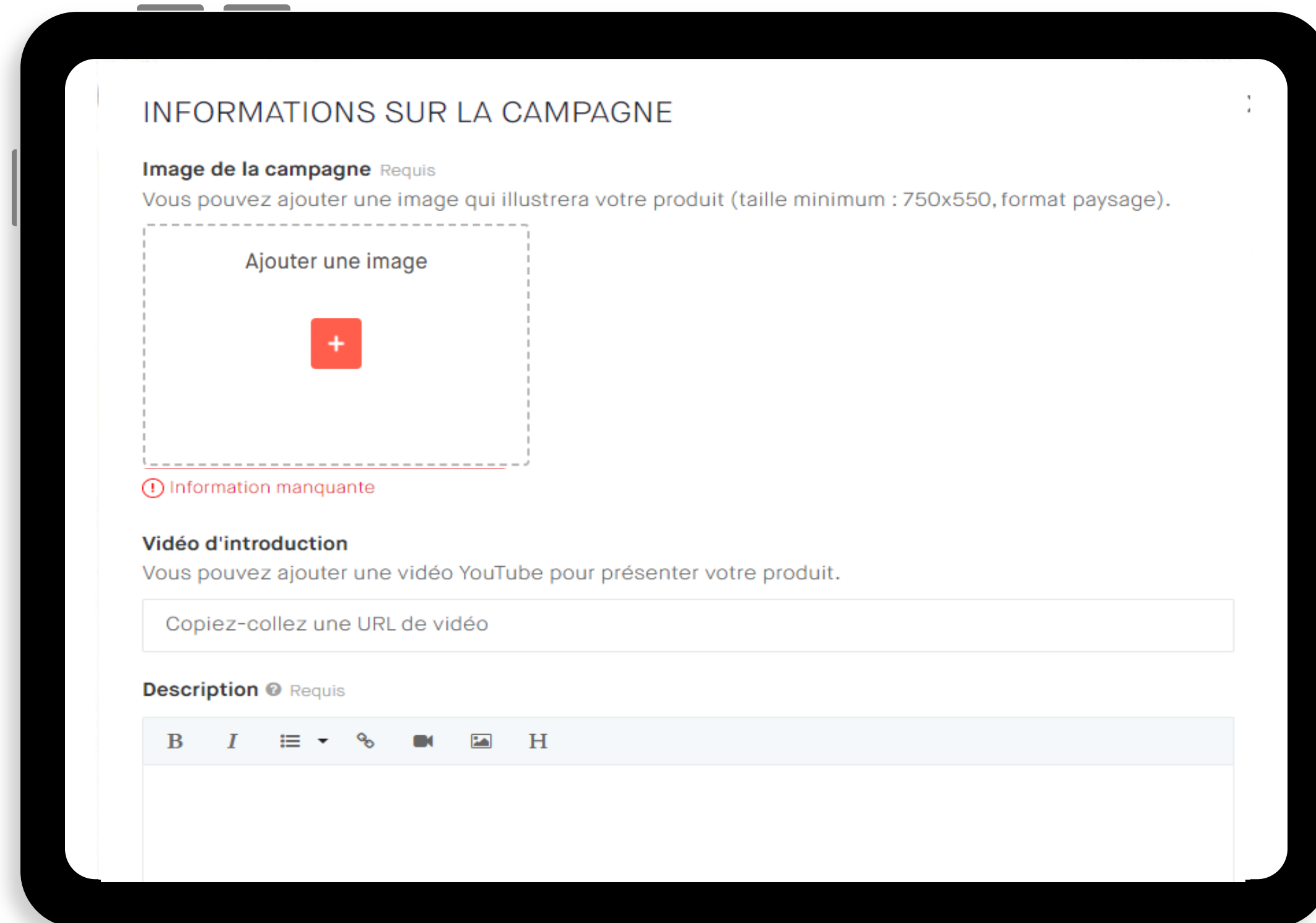
### Campagnes dans différents reseaux sociaux

Vous avez la possibilité de créer des campagnes nécessitant du contenu (max 2) sur plusieurs **Réseaux sociaux (multiassets)** ou de donner aux créateurs la possibilité de choisir entre deux ou plusieurs plateformes (crossplatform)

The Octoly logo, a stylized white 'S' shape on a blue background.

# CRÉER UNE CAMPAGNE (2/6)

## Informations sur la campagne



INFORMATIONS SUR LA CAMPAGNE

**Image de la campagne** Requis  
Vous pouvez ajouter une image qui illustrera votre produit (taille minimum : 750x550, format paysage).

Ajouter une image

+

ⓘ Information manquante

**Vidéo d'introduction**  
Vous pouvez ajouter une vidéo YouTube pour présenter votre produit.

Copiez-collez une URL de vidéo

**Description** ⓘ Requis

B I [Liste à puces] [Liens] [Vidéo] [Image] H

### Image de la campagne

La photo de campagne **doit mettre en avant le/les produit(s) que l'influenceur recevra**. Elle a pour but d'attirer les influenceurs pour postuler à votre campagne, mais aussi de leur donner une inspiration pour la réalisation du contenu

### Description de la campagne

L'idée de la description d'une campagne **est de dégager un message promotionnel en lien avec l'objectif et les enjeux de la campagne**. Il s'agit d'adapter la campagne en fonction des influenceurs ciblés, de la saisonnalité, des stratégies de marketing, etc.





# CONSEILS POUR LA DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE

- La description est importante pour donner envie aux influenceurs de participer à la campagne.
- C'est le moment de parler de votre marque et votre produit, de ses points forts et de communiquer les objectifs de la campagne.
- Vous pouvez partager un brief, cependant il doit toujours rester neutre afin d'obtenir des avis qualitatifs et authentiques.
- **Attention !** Ne perdez pas cet espace pour partager les instructions, car l'étape suivante est consacrée à cette action.





Partagez l’histoire de votre marque. Les valeurs qui rendent votre marque unique.



Parlez des caractéristiques du produit, de ses points forts



Incluez des recommandations sur la façon d'utiliser correctement le produit. Suggérez des informations sur le produit que vous aimeriez voir figurer dans vos avis.



# CRÉER UNE CAMPAGNE (3/6)

## Instructions & moodboard

Instructions

S'inspirer d'un moodboard

Instructions de la marque pour les réseaux sociaux

À faire et À ne pas faire

Afin de vous assurer que les influenceurs suivent votre briefing, veuillez inclure un maximum de 5 instructions pour chaque section.

Précisez ce que vous voulez que l'influenceur fasse dans la section À FAIRE et ce que vous ne voulez pas qu'il fasse dans la section À NE PAS FAIRE. Essayez d'être bref lorsque vous donnez des instructions.

À faire

Ex. : Faire l'unboxing

0/70

+ Ajouter une instruction

À ne pas faire

Ex. : Ne pas faire d'unboxing

0/70

+ Ajouter une instruction

Hashtags et mentions

Code Promo

Instructions

Get inspired by a moodboard

### Instructions

Définissez l'ensemble des consignes, **À faire et ne pas faire**, (max 5 instructions) que l'influenceur devra suivre pour réaliser son contenu. Afin de **bien orienter et structurer les instructions de votre campagne**, elles ne doivent pas être trop longues (max 69 caractères), ni restrictives mais doivent **guider** l'influenceur dans la création de son contenu.

### Moodboard

Ajoutez des images de votre produit qui peuvent aider l'influenceur à s'engager et à créer le contenu que vous souhaitez.

### Hashtags, mentions & Code Promo

Pour rendre votre **campagne plus attrayante** pour l'audience des influenceurs, vous pouvez ajouter des codes promotionnels. Vous avez **deux options** : vous pouvez soit ajouter un code promotionnel unique qui sera utilisé par tous les influenceurs de la campagne, soit ajouter des **codes promotionnels personnalisés** pour chaque influenceur.





+20k Sales

# CODE PROMOTIONNELS

GÉNÉRIQUES

PERSONNALISÉS





# CODES GÉNÉRIQUES

**Générique :** Il s'agit d'un code promotionnel générique que tous les influenceurs acceptés par vos soins peuvent utiliser. **Le code est donc le même pour tous.**

Les codes promotionnels permettent de capter davantage l'attention des influenceurs sur le Free Store et de rendre votre campagne plus attrayante.

Les influenceurs seront invités à **ajouter votre code promotionnel à leur contenu.**

Lorsque les influenceurs commandent le produit, ils peuvent voir que celui-ci propose un code promotionnel.

## Code Promo

Indiquez ici le Code Promo à utiliser. Il sera communiqué aux influenceurs acceptés uniquement. Ex. : SKEEPERS20

ex: PROMO20

0/100





# CODES PERSONNALISÉS

**Personnalisés :** Un code promo personnalisé est différent pour chaque influenceur que vous avez accepté. Il existe trois étapes pour gérer une campagne avec code promo personnalisé:

- 1. Vous devez cocher la case 'Configurer les codes promos personnalisés pendant la création de votre campagne.
- 2. Une fois que votre campagne est ouverte et que vous recevez de nouvelles commandes, vous devez aller sur 'Commandes' et cliquer sur le bouton 'Ajouter des codes promos'.  
Ensuite, vous devez exporter les commandes auxquelles vous souhaitez envoyer un code promo personnalisé. Dans ce fichier .csv, vous devez ajouter un code différent pour chaque commande acceptée.
- 3. Enfin, vous devez importer ce fichier .csv sur la plateforme afin qu'un message automatique puisse être envoyé à chaque influenceur que vous avez approuvé. Ceux-ci recevront le code promo personnalisé par email.

Code Promo

Fermer

☒ Configurer des Codes Promos Personnalisés

Titre du code promo

Donnez un titre à l'opération promotionnelleEx. : 20% sur la catégorie soin visage !0/100

Information manquante

Description

Décrivez les modalités d'utilisation de ce Code Promo (valeur, produit concerné, catégorie concernée)0/200

Information manquante

SKEEPERS

CAMPAGNES

DEMANDES

RAPPORTS

MESSAGES

INFLUENCERS

DEMANDES EN ATTENTE0

PRÊT À ÊTRE ENVOYÉ6

ENVOYÉ173

AUTRES

Ajouter des codes promos

Ajouter des liens d'affiliation

Exporter les commandes

# CRÉER UNE CAMPAGNE (4/6)

004tiY~p18jNjP ã"ž ЙttNj

PRODUITS & LOGISTIQUE

NOM DU PRODUIT	A UN VARIANT	QUANTITÉ	ACTIONS
pack rouge a levre	No	5	<div></div> <div></div>

Add a product

INFORMATIONS DU PRODUIT

Nom du produit

Requis

Ce nom sera montré aux influenceurs et consommateurs.

0/70 max.

Catégorie

Requis

Veuillez saisir la bonne catégorie associée au produit. Cela aidera les influenceurs et les consommateurs à trouver votre produit.

Sélectionnez une catégorie

Lien du produit

Requis

Ce lien vers le produit sera affiché aux influenceurs et aux consommateurs.

**Nom du produit & catégorie**  
Nom du produit, de l'évènement, de l'expérience, du service.  
C'est important de bien choisir la **bonne catégorie associée** au produit. Cela **aidera les influenceurs et les consommateurs à trouver votre produit.**

**Prix du produit**  
Correspond à la valeur de votre produit dans le marché.

**Quantités produits, variantes & codes**  
Vous avez la possibilité d'ajouter **différentes variantes de produits** si nécessaire.  
N'oubliez pas d'indiquer la quantité de chaque produit



# LOGISTIQUE PAR SKEEPERS

## QUANTITÉS & LOGISTIQUE

!

Vous pouvez allouer une **quantité maximale de 1100** pour chaque variante de produit.

☒

Ce produit a des variants (taille, couleur, teinte, options,...) ?

PHOTO	NOM DU VARIANT	EAN/CODE BARRE ?	QUANTITÉ ?	
<div><div></div><div><div>+</div></div></div>	<input type="text" value="rouge"/>	<input type="text"/>	<div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>	<div><input checked="" type="checkbox"/></div>
<div><div></div><div><div>+</div></div></div>	<input type="text" value="vert"/>	<input type="text"/>	<div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>	<div><input checked="" type="checkbox"/></div>
<div><div></div><div><div>+</div></div></div>	<input type="text" value="marron"/>	<input type="text"/>	<div><div>-</div><div>2</div><div>+</div></div>	<div><input checked="" type="checkbox"/></div>

Ajouter un nouveau variant

Fermer

Sauvegarder

Vous avez la possibilité de **déléguer la logistique à Skeepers**.  
N'hésitez pas à consulter votre contrat ou à demander à votre CSM  
de bénéficier de ce service.

## Comment ça fonctionne ?

### Dans la section « Produits et logistique »

**Saisir le code EAN** (13 chiffres du code-barres) et ajouter les quantités sur le(s) produit(s) souhaité(s) et/ou sur chaque option.

**Ajouter ces informations sur chaque produit faisant partie de la prochaine livraison.**

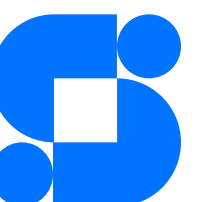
## Préparer le formulaire d'expédition

Une fois toutes les informations ajoutées, retour sur l'onglet "Campagnes", cliquer sur le bouton **"générer un bon de livraison"** qui s'affiche.

Vérifier que les quantités affichées sont bien celles qui seront envoyées à l'entrepôt **puis valider et imprimer une copie pour la placer dans les cartons.**  
**Ce bon de livraison doit être généré au moins 48h ouvrés avant la livraison à l'entrepôt**

## Procéder à l'expédition

Une fois les produits en stock dans nos entrepôts, les quantités seront mises en ligne et vous pourrez lancer vos campagnes

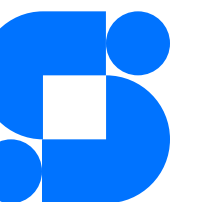
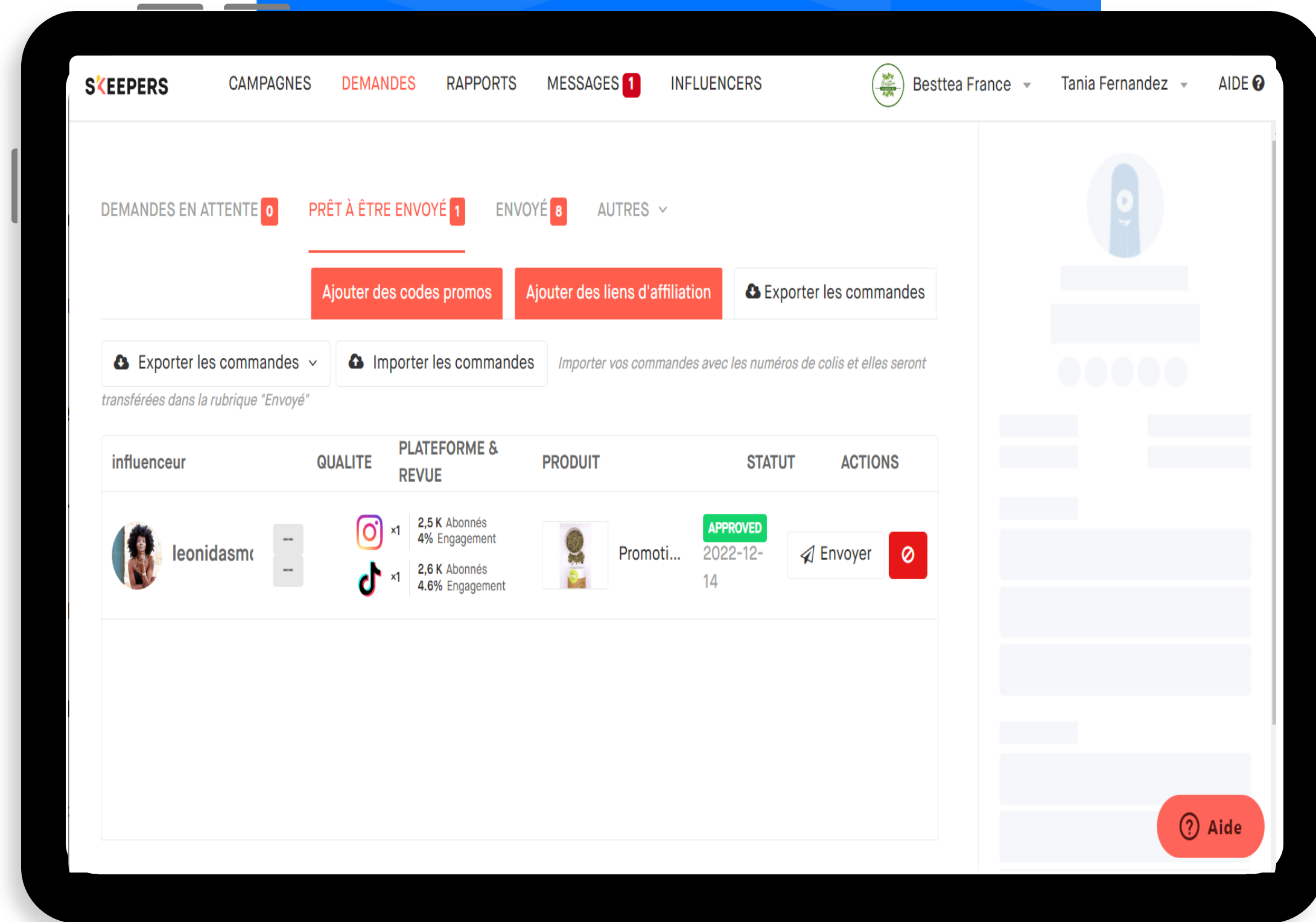


# LOGISTIQUE PAR LA MARQUE

## Gérer les demandes des influenceurs

Dans l'onglet 'Commandes', vous avez trois sections différentes :

- **Demandes en attente** : toutes les demandes que vous n'avez toujours pas traitées.
- **Prêt à être envoyé** : toutes les demandes que vous avez acceptées. Dans la colonne '**Actions**', cliquez sur '**Envoyer produit**' et l'adresse de l'influenceur s'affichera automatiquement. À ce stade, vous avez toutes les informations nécessaires pour procéder à l'expédition. **Vous devez exporter les demandes** (un fichier CSV va se générer avec toute l'information) et les importer à nouveau avec le numéro de suivi, les demandes passeront alors automatiquement à l'étape 'Envoyé'.
- **Envoyé** : les demandes passent automatiquement à cette section **une fois que vous avez importé chaque numéro de suivi**. Si un problème d'expédition est signalé par un influenceur, une petite signe rouge apparaît.





# VARIANTES & BUNDLES

Vous avez la possibilité d'ajouter des variantes de votre produit. L'influenceur devra choisir le variant qu'il préfère.

Également, vous avez la possibilité de créer un BUNDLE : Vous pouvez ajouter plusieurs produits dans une même campagne, dans ce cas l'influenceur n'aura pas à choisir, il recevra tout le lot.

*S'il s'agit d'un bundle, vous devez avoir une ligne par produit*



QUANTITÉS & LOGISTIQUE

!

Vous pouvez allouer une quantité maximale de 1100 pour chaque variante de produit.

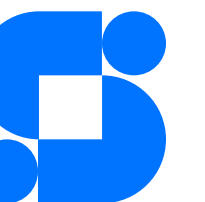
☒ Ce produit a des variants (taille, couleur, teinte, options,...) ?

PHOTO	NOM DU VARIANT	EAN/CODE BARRE ?	QUANTITÉ ?	
<div><div></div><div>+</div></div>	rouge		<div>-2+</div>	<input checked="" type="checkbox"/>
<div><div></div><div>+</div></div>	vert		<div>-2+</div>	<input checked="" type="checkbox"/>
<div><div></div><div>+</div></div>	marron		<div>-2+</div>	<input checked="" type="checkbox"/>

Ajouter un nouveau variant

Fermer

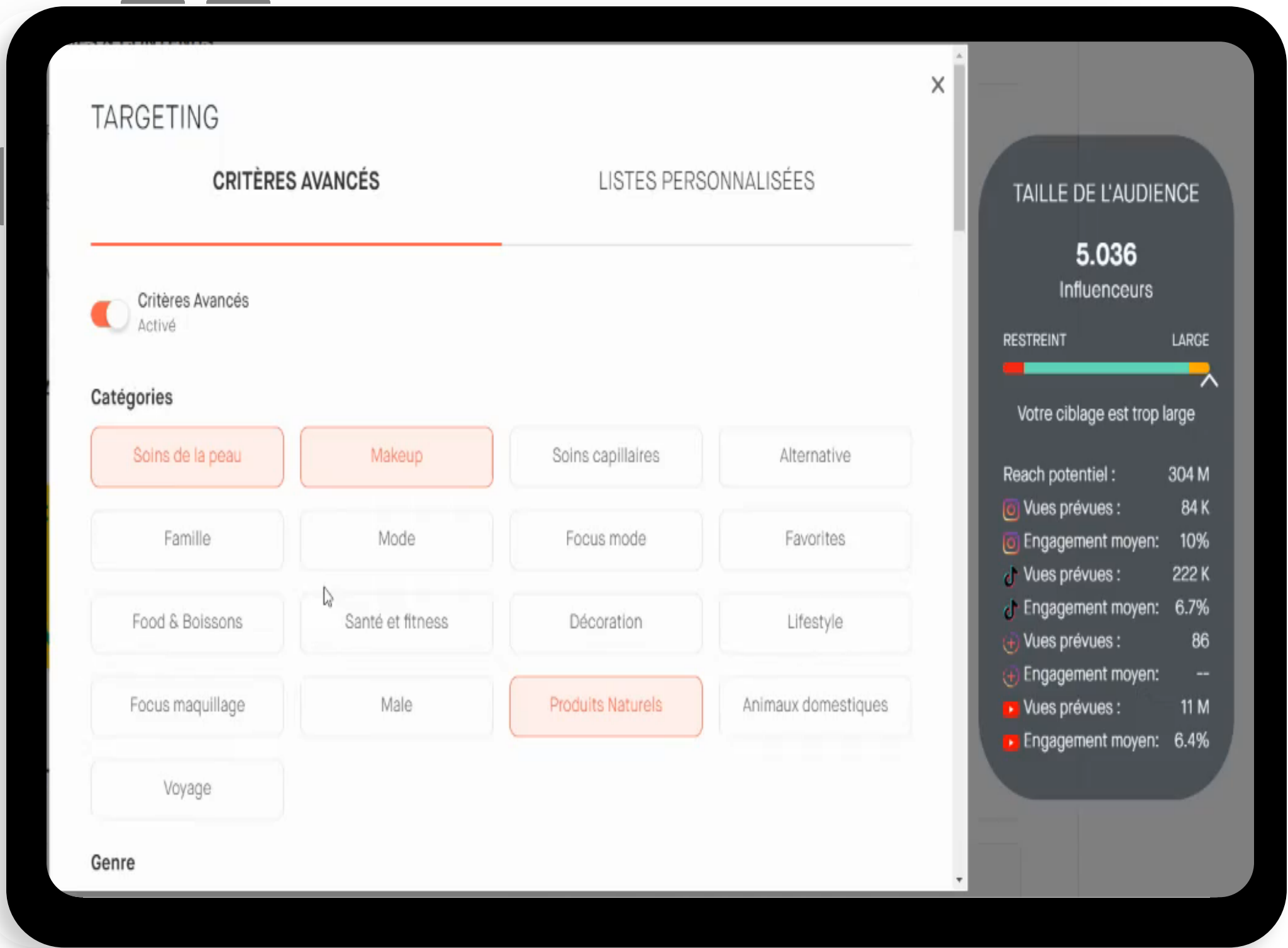
Sauvegarder



# CRÉER UNE CAMPAGNE (5/6)

## Targeting

L'étape **ciblage** est très importante car elle vous permet de choisir l'univers, l'âge et le genre de vos influenceurs et d'autres **critères selon vos objectifs**.



### Catégorie

Il s'agit des centres d'intérêts des influenceurs et des thématiques abordées sur leurs réseaux sociaux (beauté, lifestyle, mode, food...). Vous pourrez sélectionner un ou plusieurs univers. **Plus vous sélectionnerez d'univers, plus votre campagne sera ouverte à un grand nombre d'influenceurs.**



### Ciblage socio-démographique

Sélectionnez les informations démographiques des influenceurs à cibler : tranche d'âge, genre, nombre d'abonnés. Ou les caractéristiques physiques (peau, cheveux, taille)



### Autres critères

- Collaborations effectuées (a déjà collaboré/n'a pas collaboré)
- Audience & KPIs (engagement, abonnés, audience)
- Recherche sémantique (mentions & #hashtags)



Vous avez la possibilité de créer vos listes personnalisées avec les influenceurs que vous avez déjà repérés.





# CRÉER UNE CAMPAGNE (5/6)

ψἰθ ἡλ°

Audience Instagram

Followers (Instagram)

0 - 5,000

Taux d'engagement (Instagram)

0 - 10

Genre de l'audience

☐ At least 60% women

☐ At least 40% men

Audience age

<18

18-24

25-34

>34

Local audience

☐ At least 50% local audience

Audience TikTok

Taille de l'audience (TikTok)

0 - 5,000,000

Taux d'engagement (TikTok)

0 - 10

**Attention :** Si vous souhaitez cibler des influenceurs avec moins de 5000 followers, **n'hésitez pas à laisser le paramètre sur 0**, de cette façon vous aurez plus de profils qui répondent à cette critère.

Ne vous inquiétez pas ! Il n'y a pas de profils avec 0 followers et au moment de la validation vous pouvez décider qui peut ou ne peut pas participer à votre campagne.

# VOS LISTES D'INFLUENCEURS

Une fois que vous commencez à identifier les influenceurs avec un contenu de qualité, qui correspond à la marque et qui répond à l'objectif de votre campagne, vous pouvez créer des listes personnalisées pour un ciblage plus efficace.

Lors du lancement d'une campagne, vous pouvez ajouter et inviter des influenceurs au sein de ces listes





# VOS LISTES D'INFLUENCEURS



Vous avez deux possibilités pour créer vos listes personnalisées.

- Lors de l'étape Targeting
- Ou depuis la page Influencers

## Création lors de l'étape Targeting

Dans la section Targeting, cliquez sur Listes personnalisées.

Activez les listes.

Complétez les informations.

Ensuite, il suffit : soit de rentrer manuellement le nom de tous les créateurs que vous souhaitez ajouter à cette liste, soit d'ajouter directement un ensemble d'influenceurs en important une liste.

### Attention !

Rappelez-vous que les critères que vous avez sélectionnés en premier lieu, grâce aux filtres, ne s'appliquent pas aux influenceurs que vous ajoutez à la liste personnalisée. En effet, ces deux groupes sont indépendants.

Cela signifie que tous les influenceurs sélectionnés à partir des critères et tous ceux provenant de votre liste personnalisée seront ajoutés à l'audience et pourront voir votre campagne sur le Free Store

TARGETING

CRITÈRES AVANCÉS LISTES PERSONNALISÉES

☒ Listes personnalisées  
Activé

<

Donnez un nom à votre liste

♥ Mes Favoris

Plateforme

Instagram Reels

RECHERCHE LISTE

Rechercher des influenceurs

Rechercher



# CRÉER UNE CAMPAGNE (6/6)

00P 0jH H ü~4Λ8JNjβtt03Й

Programmation

Date de début de la campagne

☐ Dès que possible

☒ 27/10/2023 08:00 AM Europe/Paris

Date de fin de la campagne

☒ Fin automatique ?

☐ 10/11/2023

☐ Je souhaite que ma campagne soit visible pour les créateurs en tant que campagne "bientôt disponible" jusqu'à la date de mise en ligne

! You have no influencer contract signed

Sauvegarder

Vous avez la possibilité de faire savoir aux influenceurs que votre campagne sera bientôt disponible.



Il s'agit de la date de mise en ligne de la campagne, date à partir de laquelle elle sera visible pour les influenceurs. Vous pouvez également planifier votre campagne pour plus tard.



### Date de fin de la campagne

- Fin automatique à épuisement du stock de produits alloués à la campagne ou le nombre de revues est atteint
- Arrêt manuel de votre part





# POUR ALLER PLUS LOIN... BONNES PRATIQUES POUR UNE CAMPAGNE PERFORMANTE

(cliquez pour le télécharger)



6

Skeepers

## Bonnes pratiques

### Pour une campagne performante

1

#### Brief et Instructions

- Rédigez un contenu **concis et pertinent** lors de la rédaction de votre brief.
- Ne donnez pas d'instructions trop longues.
- Laissez une part de créativité aux influenceurs.

2

#### Date de dépôt d'avis

Si vous souhaitez que l'avis soit publié à partir d'une certaine date, indiquez la dans le titre de la campagne ou dans les instructions.

3

#### Lien de dépôt d'avis

Vérifiez bien que **votre lien fonctionne** avant de le partager, sans quoi l'influenceur ne pourra pas publier son contenu.

4

#### Mentions et Hashtags

N'oubliez pas d'inclure les hashtags et les mentions que les influenceurs doivent utiliser. **N'ajoutez pas de hashtags de transparence s'ils ont déjà été configurés** dans votre Store. [En savoir plus.](#)

5

#### Informations de livraison

Si vous gérez vous-même l'envoi des produits :

- N'oubliez pas de **mettre à jour le statut de la commande.**
- **Indiquez le numéro de suivi** - [En savoir plus.](#)

6

#### Messagerie

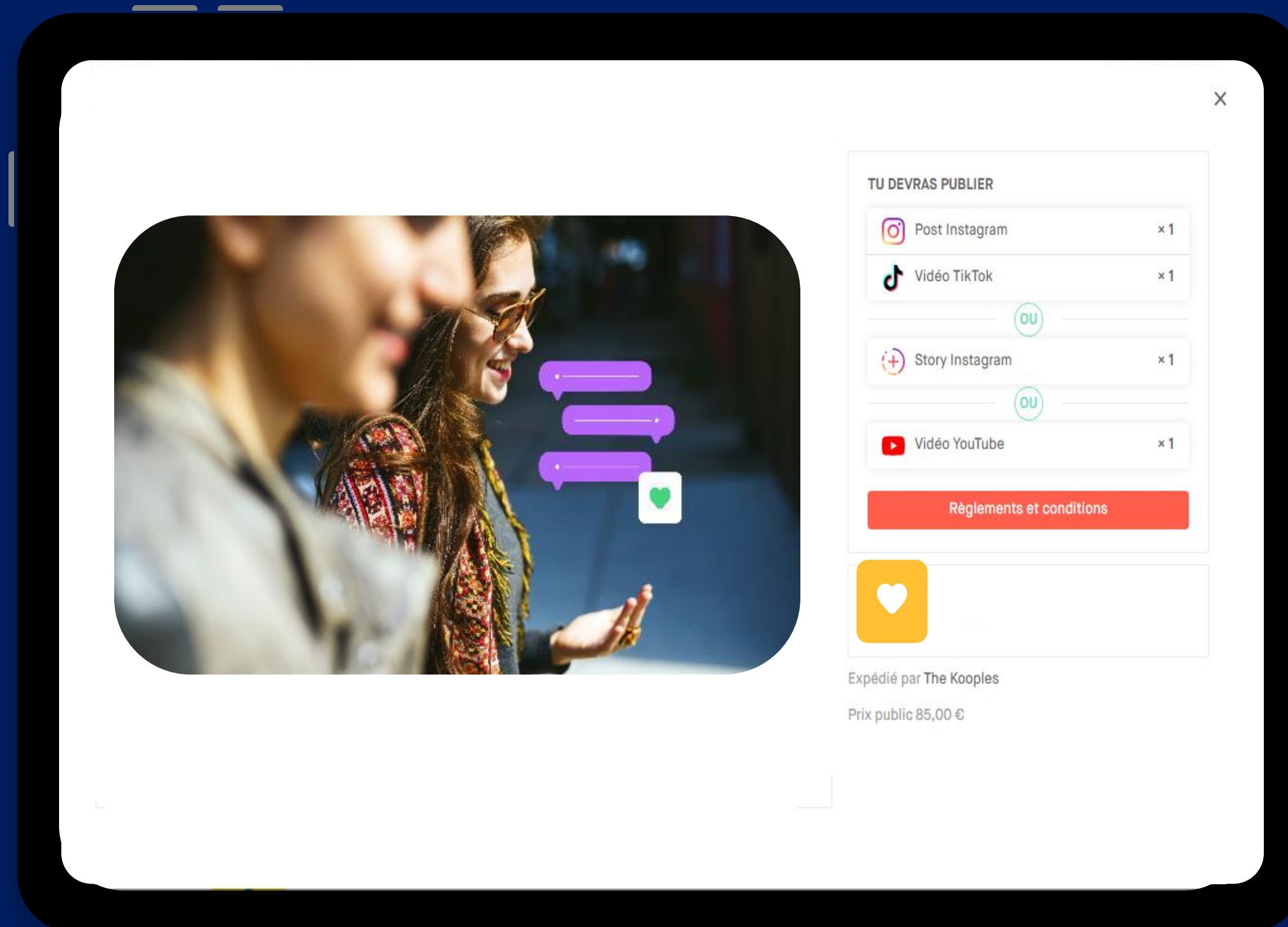
**Consultez régulièrement votre messagerie** Skeepers afin de répondre aux demandes des influenceurs ! **La communication** est l'élément le plus important d'une campagne réussie.

# Aperçu de votre campagne





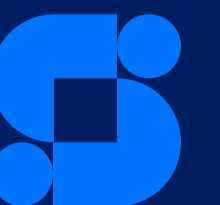
# VOTRE CAMPAGNE



Lors de cette dernière étape, vous trouverez toutes les **informations récapitulatives** de votre campagne. Une fois celles-ci consultées, vous pourrez ensuite enregistrer la campagne en brouillon, ou bien la valider et la publier.

Une fois que vous avez configuré chaque étape de création de la campagne, n'hésitez pas à cliquer sur **PREVIEW** pour avoir un aperçu de la façon dont les influenceurs la verront dans leur store

Sleepers peut vous accompagner dans la mise en place de toutes vos campagnes, **l'équipe Campaign Manager peut se charger de les créer**. Consultez votre CSM pour plus sur ce service payant



Suivi de vos campagnes





# DASHBOARD DE VOS CAMPAGNES

CAMPAGNES DEMANDES RAPPORTS MESSAGES INFLUENCERS

Vous avez la possibilité de modifier les informations de votre store.

ES [Editer le store](#)  
0 / 265 campagnes ouvertes

Vous pouvez créer des campagnes, soit à partir de la page d'accueil, soit à partir du tableau de bord de vos campagnes

+ Créer une campagne

Aperçu du store

N'hésitez pas à faire un tour dans votre store. Nous vous rappelons que c'est la vitrine que verront les influenceurs avec les campagnes disponibles.

Campaign type

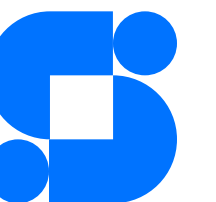
Chercher un produit

Chercher une campagne

Filtrer par statut

REF	CAMPAGNE	AUDIENCE	COMMANDES	ACTIONS
hbrht	<b>BROUILLON</b> Purple by O Dernière édition le 5 octobre 2022	5036 Instagram Facebook YouTube TikTok	0	
hbrhq	<b>BROUILLON</b> Dernière édition le 9 septembre 2022	0 Facebook Messenger	0	
hbrhp	<b>BROUILLON</b> Dernière édition le 9 septembre 2022	0 Instagram	0	

Il existe plusieurs filtres qui vous permettront de trouver plus facilement vos campagnes. Par exemple, par type de campagne ou par statut.

























# DASHBOARD DE VOS CAMPAGNES

CAMPAGNES DEMANDES RAPPORTS MESSAGES INFLUENCERS

À l'aide d'un tag, vous pourrez identifier les campagnes en ligne, les brouillons et les campagnes fermées/terminées.

- Dans chaque campagne, vous aurez les informations suivantes
- Quantités : le nombre d'influenceurs qu'il reste à valider pour atteindre le nombre cible. Le but est d'atteindre 0/X
  - Audience : le nombre d'influenceurs qui peuvent voir la campagne et y postuler
  - Commandes : le nombre total de postulants qu'il y a eu sur la campagne (les profils refusés ou expirés sont comptabilisés dedans)
  - Actions : Vous pouvez prévisualiser la campagne, éditer (sauf les quantités), dupliquer ou supprimer la campagne

			QUANTITÉS	AUDIENCE	COMMANDES	ACTIONS
hbqvx		<b>EN LIGNE</b> Dernière édition le 11 octobre 2022 · Publiée le 5 septembre 2022				
hbs7u		<b>BROUILLON</b> Prenez soin de la peau de votre bébé Dernière édition le 4 octobre 2022	7 / 66	2636   	151	  
hbry6		<b>BROUILLON</b> Dernière édition le 26 septembre 2022	12 / 66	4258   	<b>1 NOUVELLES</b> 169	  
hbrx2		<b>BROUILLON</b> Dernière édition le 26 septembre 2022				
hbqth		<b>FERMÉ</b> Dernière édition le 26 septembre 2022	0 / 0	4943   	0	  
			0 / 0	0 	0	  

la campagne est clôturée/fermée une fois que vous avez validé les influenceurs nécessaires.





## Module 3 :

# Gérer vos demandes et vos influenceurs

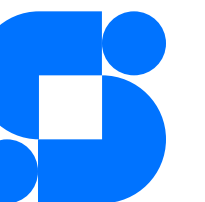
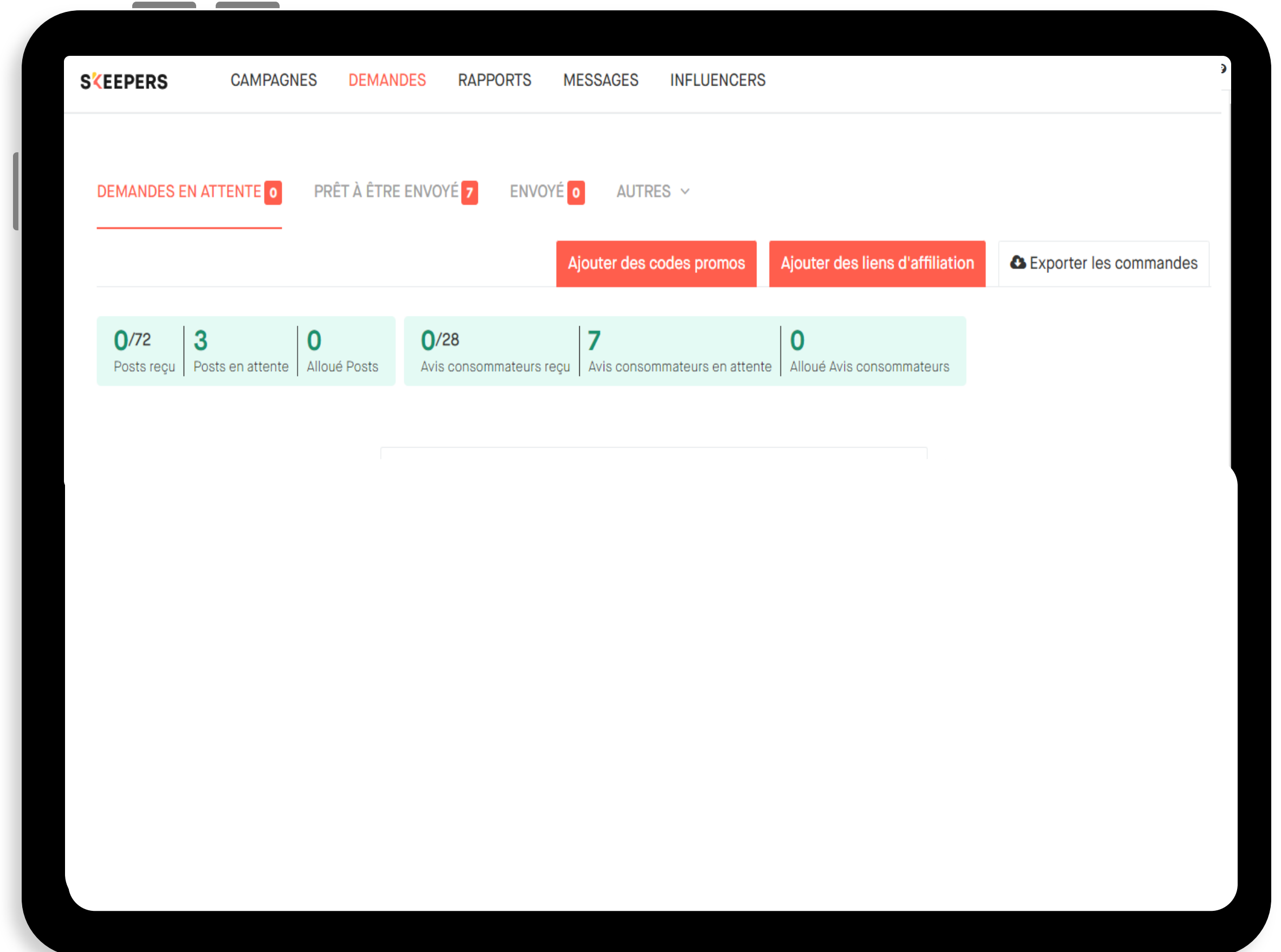
### Objectif:

- Valider le profil des influenceurs et connaître les bonnes pratiques pour gérer la communauté



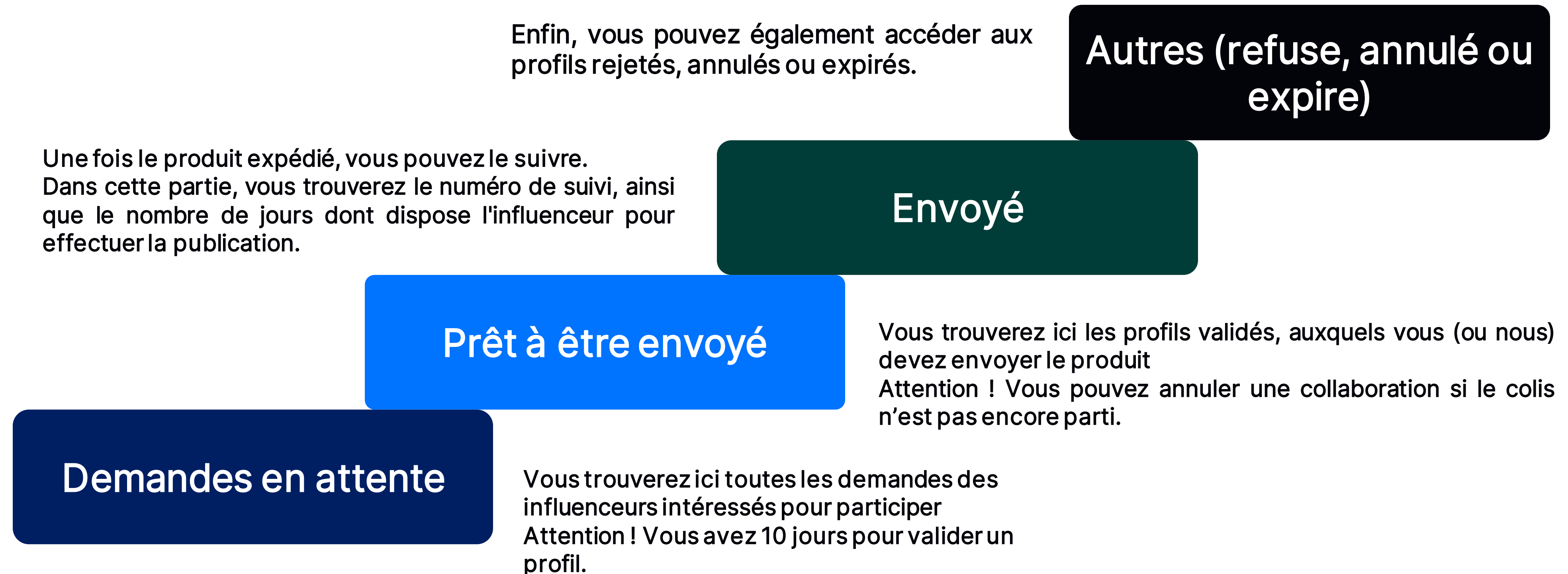
# VOS DEMANDES

Une fois votre campagne lancée, celle-ci est désormais visible par tous les influenceurs qui correspondent aux critères de campagne sélectionnés (âge, nombre d'abonnés, centres d'intérêt). Les influenceurs intéressés par l'offre proposée dans votre campagne postuleront à cette dernière. Ils apparaîtront alors dans l'onglet **DEMANDES**.



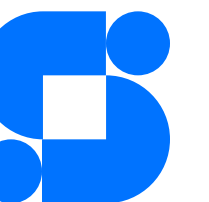


# LES DIFFÉRENTS STATUTS



## ATTENTION !

N'oubliez pas de bien changer le statut de chaque commande afin que l'influenceur peut poster son contenu



# Suivi de vos demandes





# DASHBOARD DE VOS DEMANDES

Vous remarquerez peut-être, que certains profils ont deux notes de qualité : une note moyenne globale attribuée par toutes les marques ayant collaboré avec l'influenceur et noté son contenu et une autre note que VOUS lui avez attribuée.

Informations sur le produit de la campagne

Filtrer par... Toutes les campagnes Trier par... Les plus récente 69h Délai de réponse (recommandé 48h)

influenceur	QUALITE	PLATEFORME & REVUE	PRODUIT	DATE	ACTIONS
 "Bonjour, J'ai la peau	-- --	 x1 4,1 K Abonnés 12.8% Engagement	 Hydratez int...	14 minutes	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
 "	-- 7.5	 x1 11 K Abonnés 10.8% Engagement	 Spray d'Eau ...	20 minutes	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

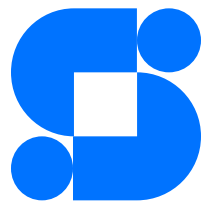
Le nom du profil de l'influenceur  
Pour accéder à plus d'informations, cliquez dessus

Le nombre d'abonnés ainsi que le taux d'engagement

Action pour valider ou rejeter un profil

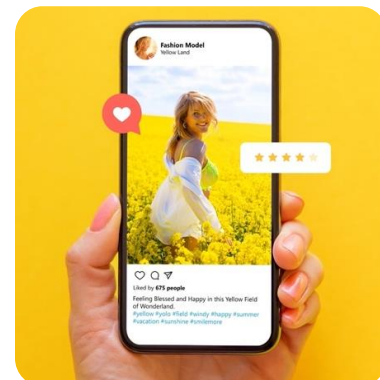
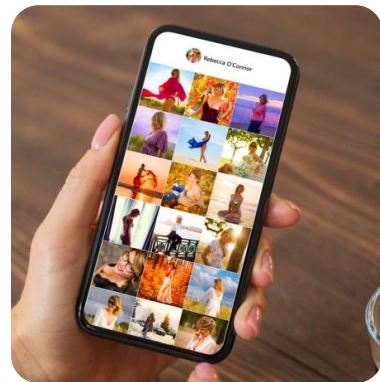


Le taux d'engagement est inversement proportionnel au nombre d'abonnés. Un influenceur ayant une grande communauté aura un taux d'engagement inférieur à un influenceur ayant une petite communauté.



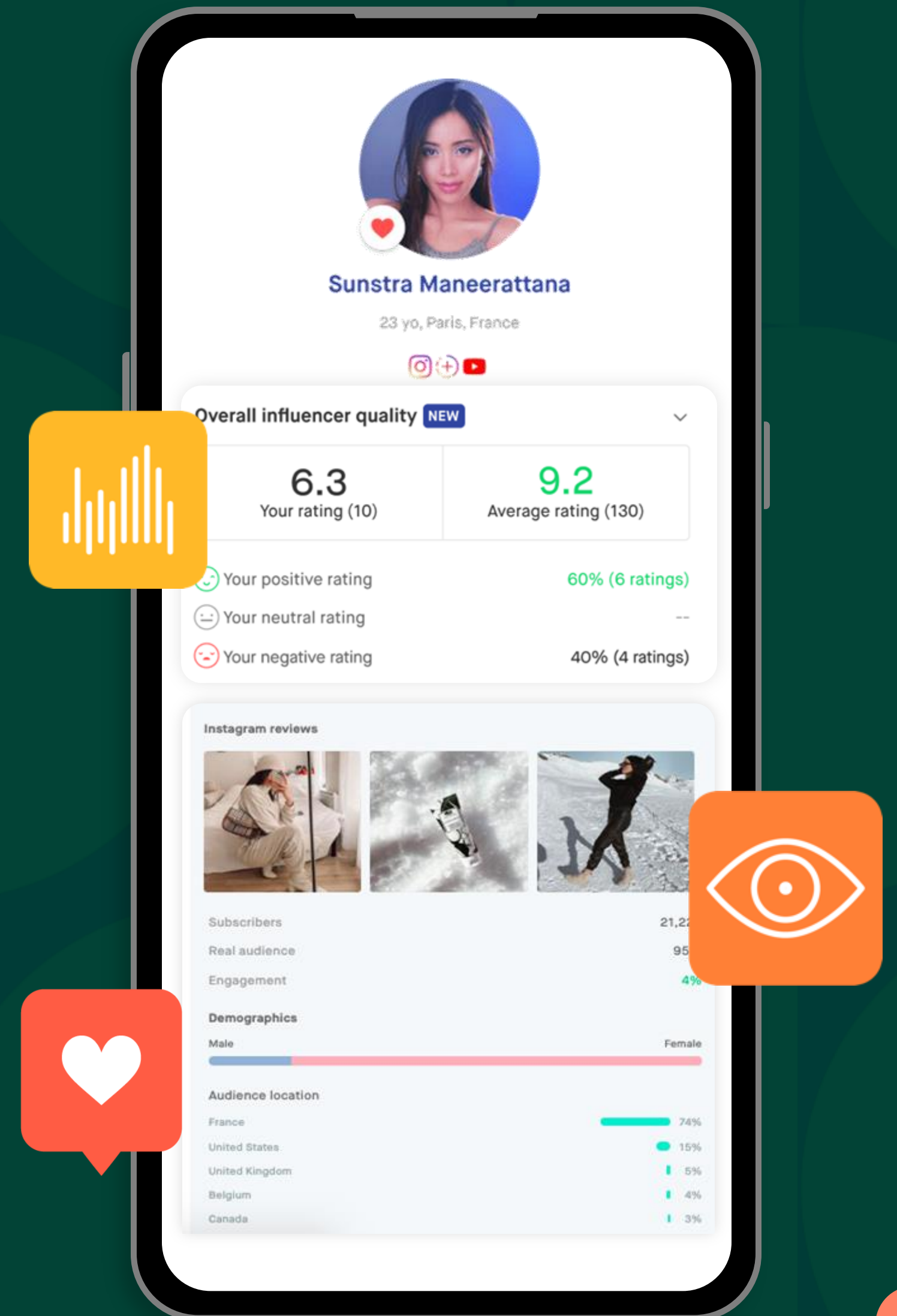
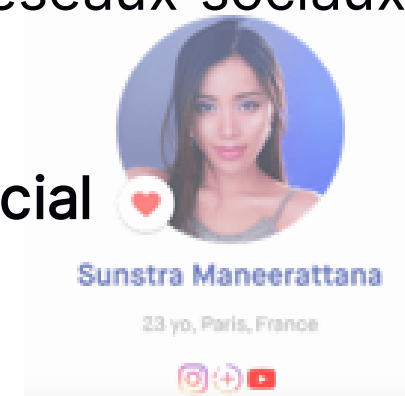
# COMMENT LIRE LA CARTE INFLUENCEUR ?

Selon les objectifs de votre campagne, les informations à observer seront différentes. Cependant, voici des informations clés pour bien choisir vos influenceurs :



- **Droits d'utilisation :** selon votre contrat, vous avez la possibilité d'utiliser le contenu créé dans d'autres médias
- **Notes de qualité :** votre note ainsi que la note globale
- **Profil :**
  - Catégories : son univers correspond-il à votre marque ?
  - Profil beauté : connaître le profil beauté peut aider lorsqu'il s'agit de produits de beauté. La sélection de profils peut être plus pertinente.
- **Activité :**
  - Revues : # revues pour votre marque / # revues total
  - Temps moyen de production : temps moyen pour poster une revue après avoir réceptionné le produit
  - Taux d'acceptation : taux moyen d'acceptation de l'influenceur pour tous les stores sur Skeepers
  - Commandes en cours, passées
  - Photos de dernières revues : vous pouvez regarder le dernier contenu créé
- **Réseaux sociaux :** vous pouvez prendre connaissance du nombre d'abonnés. L'engagement de l'influenceur sur les réseaux sociaux

Vous pouvez cliquer sur l'icone du réseau social pour accéder au profil de l'influencer





# Gérer votre communauté



## Messages

Vous pouvez, à tout moment, échanger des messages avec les influenceurs.  
Par exemple, pour les remercier de leur participation.

Dans le menu principal, onglet **Messages**



## Influenceurs

Vous trouverez ici la liste des influenceurs qui ont **collaboré** avec votre marque

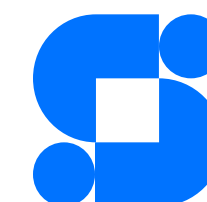
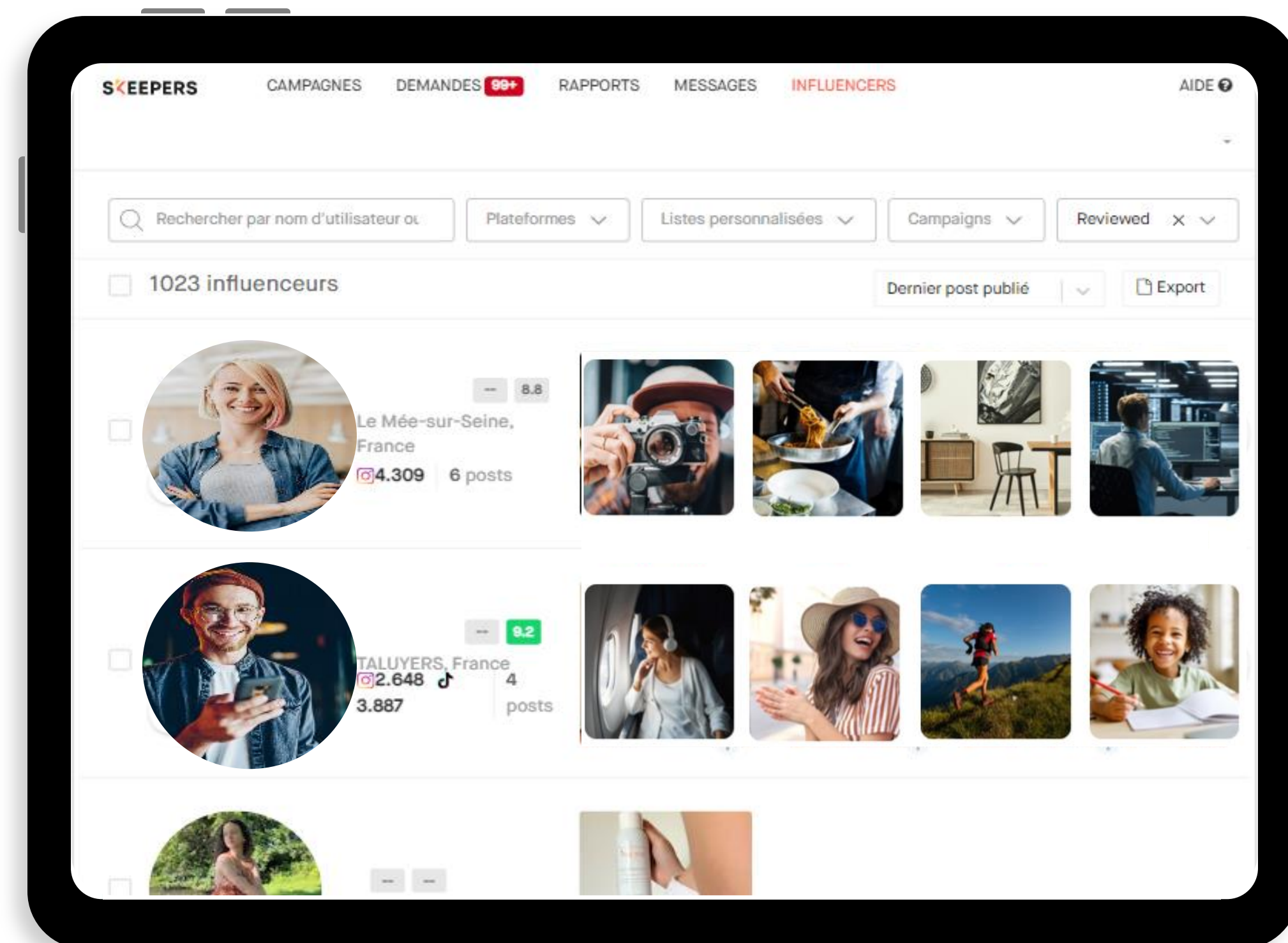
Dans le menu principal, onglet **Influencers**



## Vos listes

En fonction de la qualité du contenu ou des échanges vous pouvez **créer des listes** avec vos influenceurs préférés

Nous vous conseillons de vérifier régulièrement vos messages, car les influenceurs contactent souvent la marque pour des instructions complémentaires ou pour plus d'informations sur les codes promo, par exemple.



# VOS LISTES D'INFLUENCEURS



Vous avez deux possibilités pour créer vos listes personnalisées.

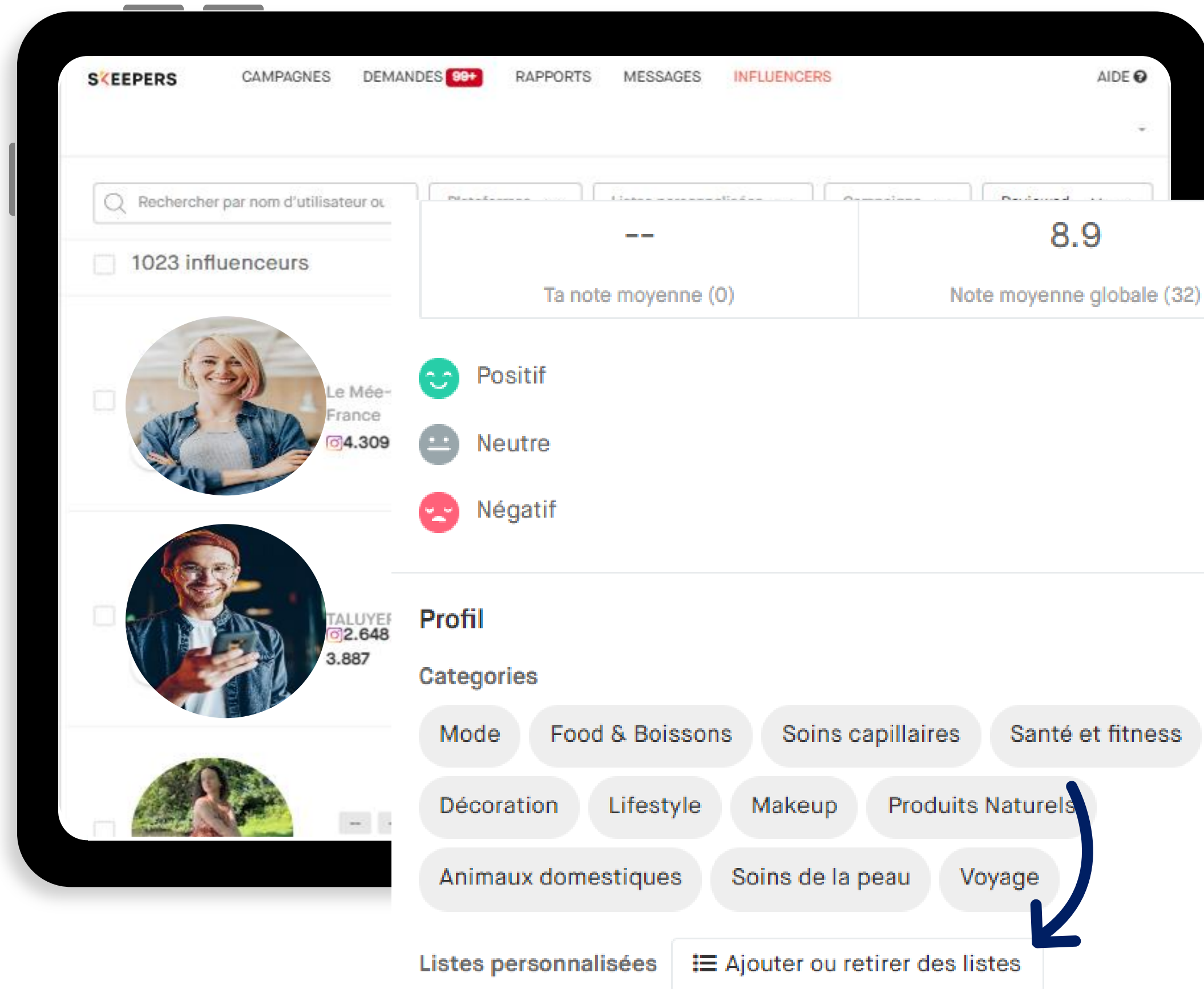
- Lors de l'étape Targeting
- [Ou depuis la page Influenceurs](#)

## Création depuis le profil Influenceur

Dans la section des influenceurs, vous trouverez les profils de ceux qui ont participé à vos campagnes, ainsi que des statistiques et les derniers contenus créés.

Vous avez ensuite la possibilité de **cliquer sur le petit cœur à l'intérieur de la photo de profil** pour ajouter cet influenceur à la liste prédéfinie de «Mes favoris».

Si vous souhaitez l'ajouter à une autre liste personnalisée, vous devez cliquer sur le profil de l'influenceur et ensuite sur ajouter à la liste personnalisée.



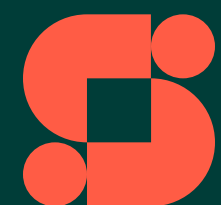


Module 4 :

# Rapport & Suivi des performances

Objectifs :

- Suivre les performances de vos campagnes



# VOS RAPPORTS DE PERFORMANCE (1/3)

**Comment y accéder ?** Cliquez sur l'onglet Rapports

Il est important de mesurer et comprendre les résultats des différentes campagnes que vous avez lancées sur la plateforme. L'onglet statistiques vous permet d'obtenir une meilleure compréhension de vos campagnes, de connaître vos forces, vos axes d'amélioration et enfin de savoir si les objectifs ont été atteints.



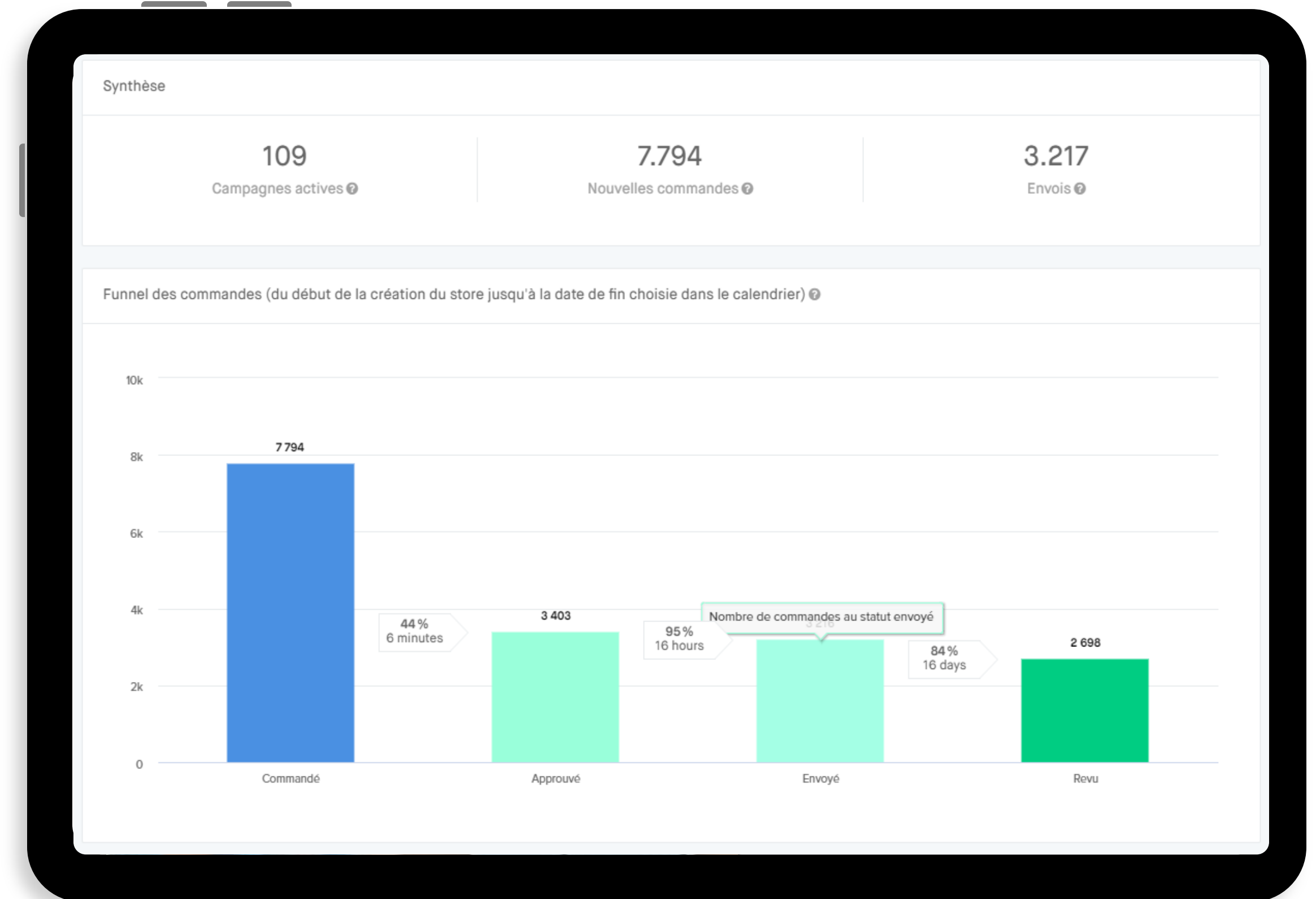
## Contenu :

Visualisez la synthèse du nombre de posts publiés, les interactions, le taux d'engagement ainsi que les publications des influenceurs. Vous avez la possibilité de filtrer par date, campagne, store, produit ou plateforme.

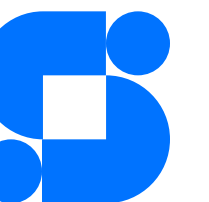


## Opérations

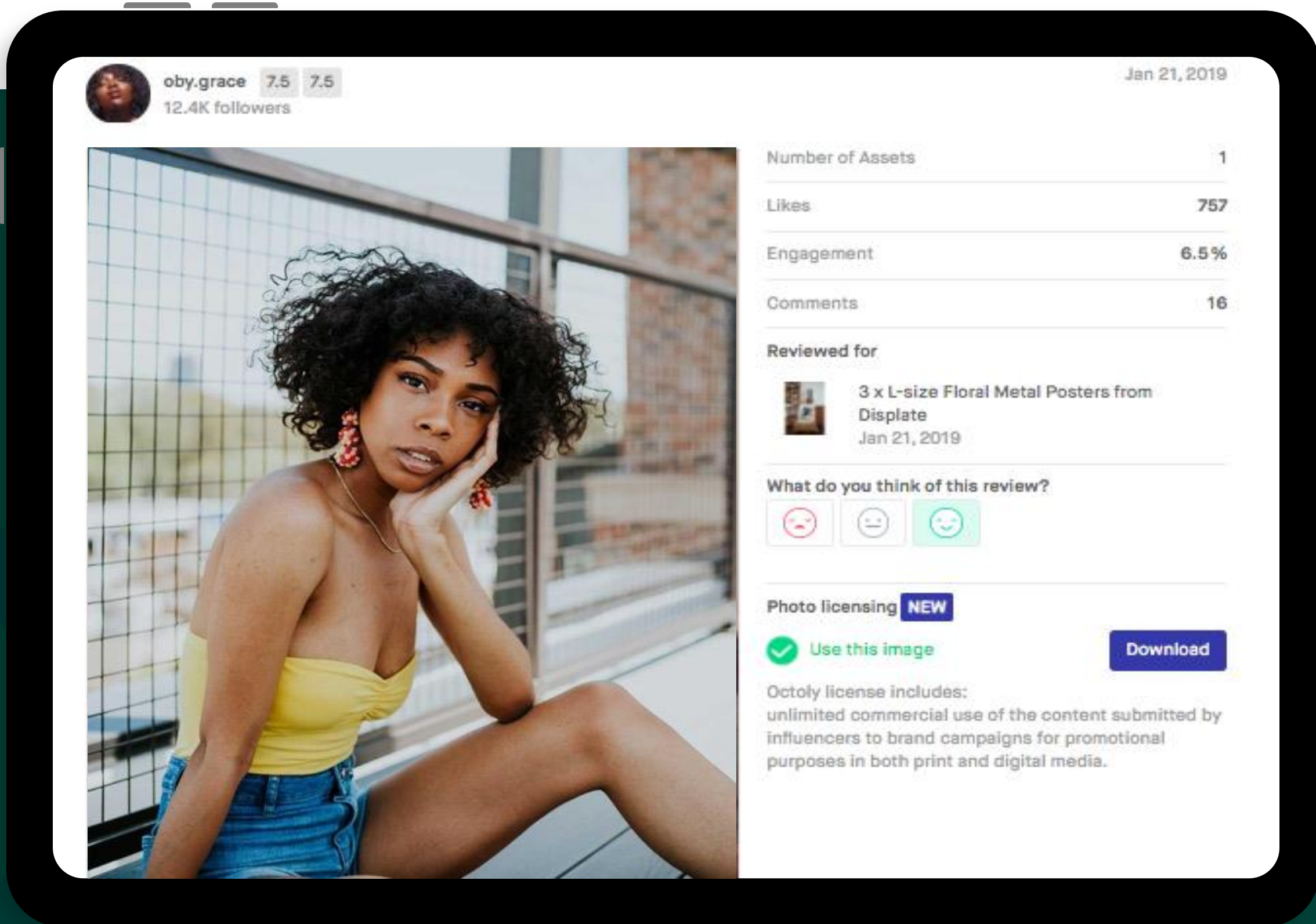
Suivez le nombre de campagnes lancées sur la plateforme, le nombre de postulants, le nombre d'envois, répartition des demandes par statut et le taux de réponse moyen.



**Vous avez la possibilité d'exporter vos rapports en format Excel**

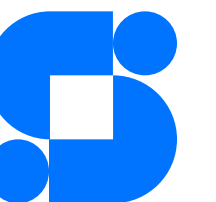






Vous pouvez cliquer sur chaque publication de l'onglet **CONTENU** pour avoir plus de détails à son sujet, par exemple :

- Le nombre de likes
- taux d'engagement
- si vous pouvez ou non utiliser le contenu dans d'autres médias (selon votre licence).
- Vous pouvez aussi noter le post.



# VOS RAPPORTS DE PERFORMANCE (2/3)

Le troisième rapport, appelé **"Analytics"**, vous permet de visualiser vos campagnes selon plusieurs critères (reach, impressions, taux d'engagement, EMV, etc).

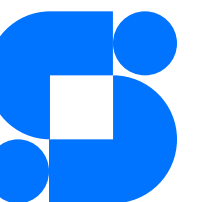
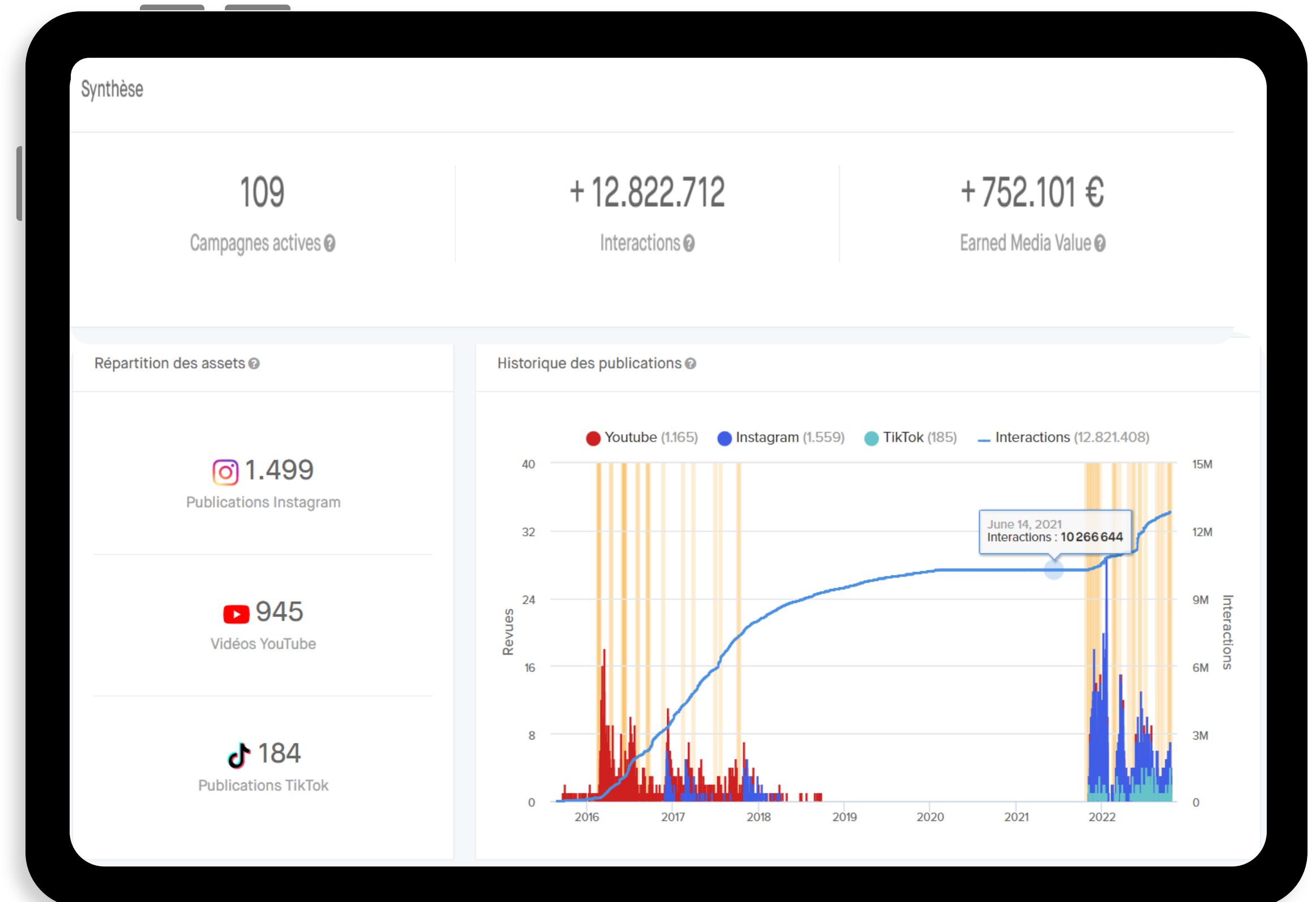


## Analytics :

Visualisez la synthèse du nombre de campagnes activées, du nombre d'interactions (likes) sur les posts, l'EMV gagné, la répartition des assets par réseaux sociaux et les tops 5 campagnes et influenceurs.

Vous avez aussi un petit aperçu de votre audience, la distribution par critères démographiques et la distribution géographique.

Métrique clé du marketing d'influence, l'EarnedMedia Value (EMV) est la valeur de la somme de toutes les mentions faites par des tiers (sites web, presse, médias sociaux, avis, commentaires...), généralement faites gratuitement.





# VOS RAPPORTS DE PERFORMANCE (3/3)



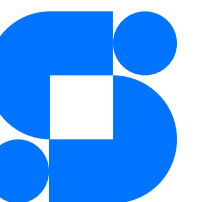
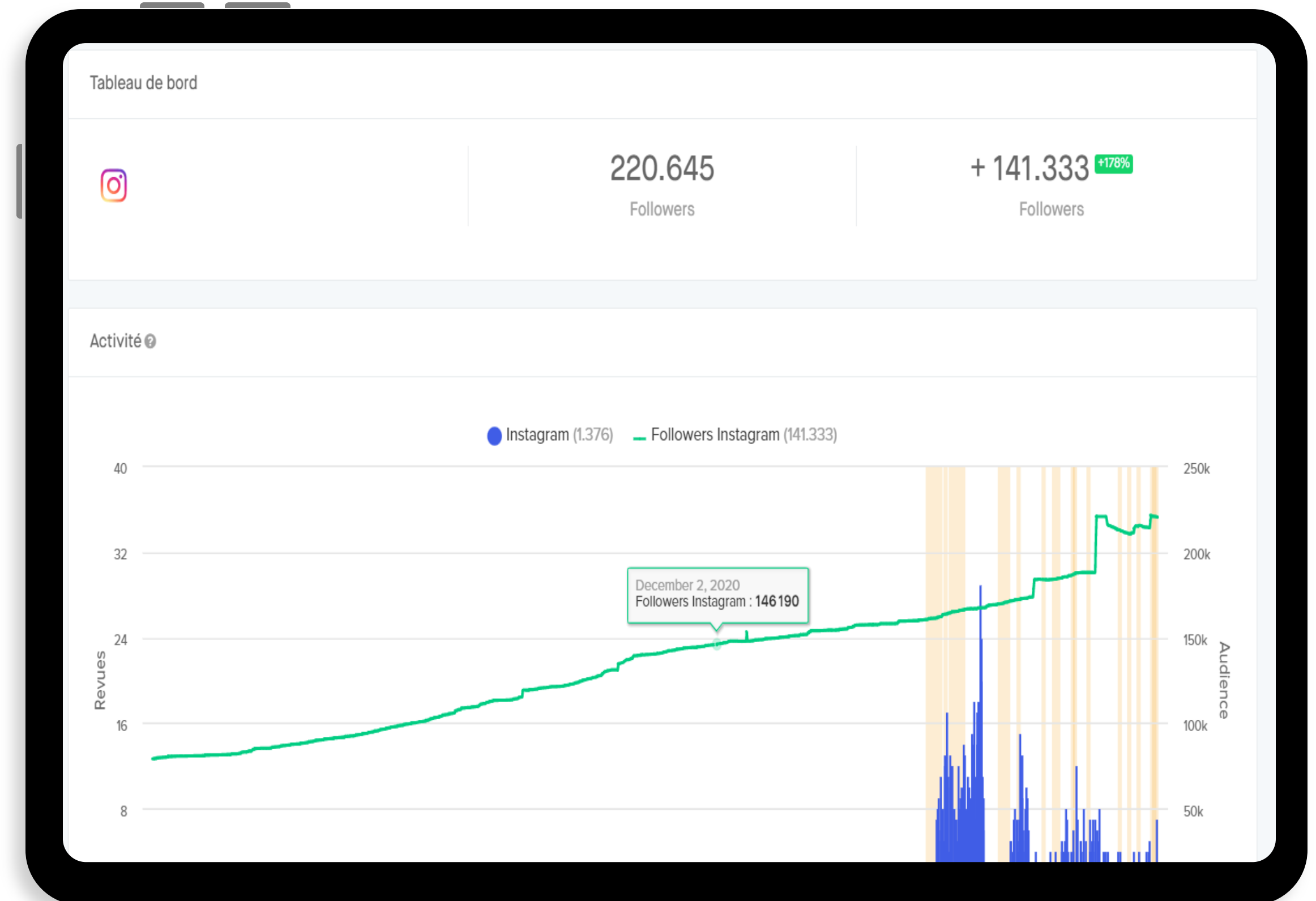
## Trafic :

Visualisez la synthèse du nombre de clics générés sur le store et produits. Les produits et influenceurs ayant générés plus de clics.



## Social Growth

Vous pouvez suivre l'évolution de votre audience.



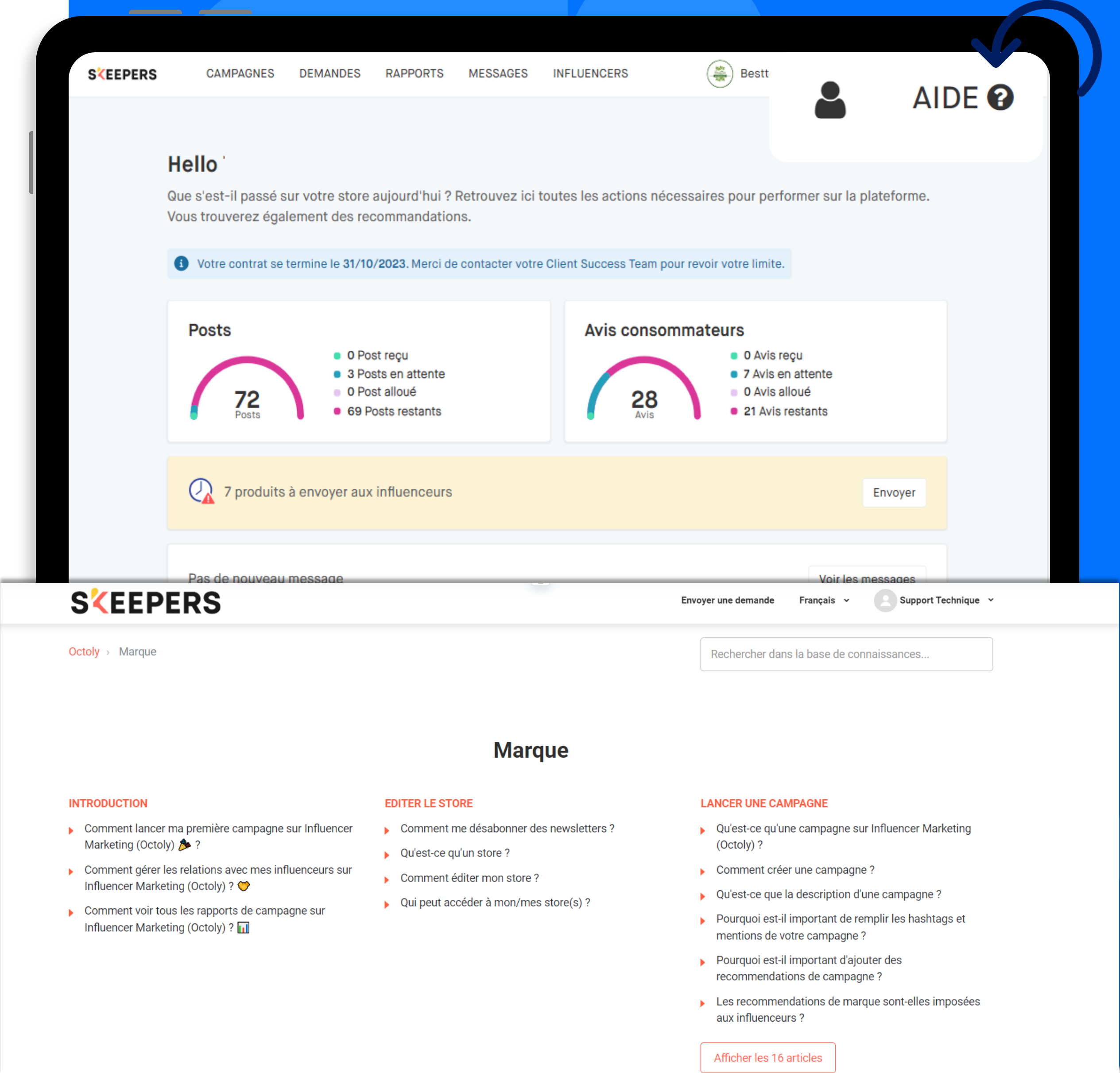
*Avez-vous des questions ?*





# HELP CENTER

Si vous avez des questions, vous pouvez consulter à tout moment notre help center. Il est accessible depuis la plateforme



Une autre question ?  
Plus d'informations ?  
Un problème ?  
Notre équipe du Customer Care peut vous aider !  
Depuis la plateforme, en cliquant sur le bouton d'aide vous pouvez  
envoyer vos questions et commentaires

Laissez-nous un message

Je suis une marque

Nom (facultatif)

Adresse e-mail

Type de la demande (facultatif)

-

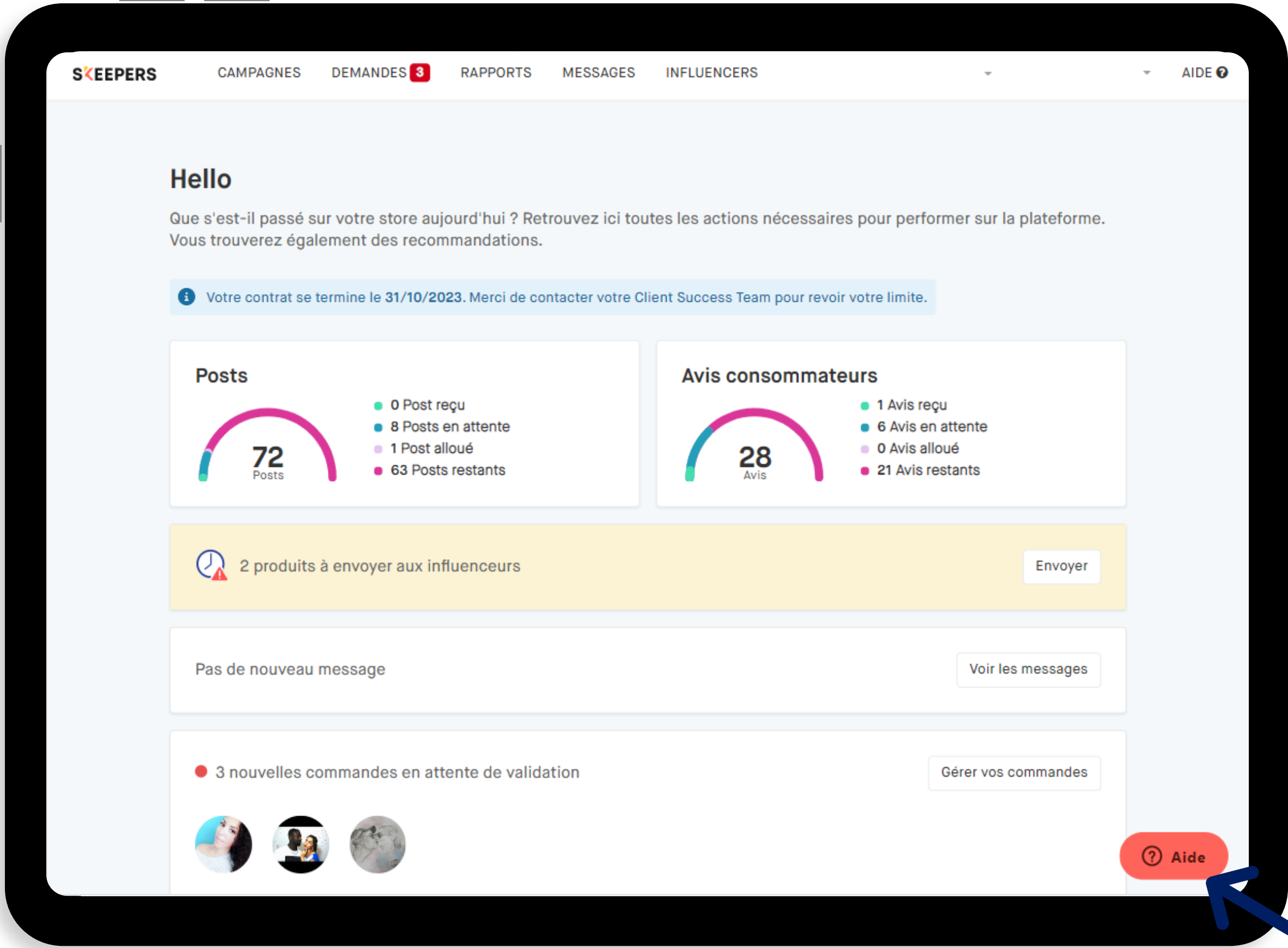
Quelle est votre langue ?

-

Store ID (facultatif)

zendesk

Envoyer







# GLOSSAIRE

**EMV (Earned Media Value)** : permet de calculer la rentabilité d'une campagne d'influence. Indicateur comparable au CTC via une campagne paid.

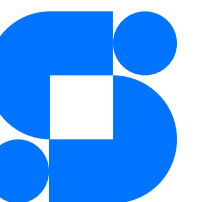
**Taux d'engagement** : mesure l'engagement de l'audience vis à vis du contenu proposés. Le calcul :  $\text{Nb de com} + \text{Nb de likes} / \text{audience}$

**Reach** : désigne la portée d'une publication en termes d'audience

**Asset** : contenu ( post, story, vidéo, reviews).

**Bundle** : groupe de produits envoyés ensembles.

**Moodboard** : Un moodboard est une planche de tendances ou d'inspirations qui vous aide à définir les grandes lignes esthétiques d'un projet. Cet outil très efficace pour brainstormer vous permet d'affirmer l'ambiance et les influences que vous souhaitez apporter à votre idée.





The UGC Solution Suite

# Get real with your community

Client Training Team

