

# JOURNALISTES & BLOGUEURS

// Comment travailler avec les médias en 2018 ?



< **CYNDIE BETTANT** / @CisionFrance

## **CONTENT & INFLUENCE MANAGER / CISION**

10 ans d'expérience Marketing

Formatrice Stratégie d'influence

Conférencière

Communication & Transformation digitale

### **Quoi ?**

Etudes sur l'évolution des médias, des RP et du Marketing

Echanges et débat avec les influenceurs

Groupe de réflexion avec la presse

## < SOMMAIRE.

---

**01**

Le contexte

**02**

Le modèle POEM

**03**

Comment travaillent les journalistes ?

**04**

Et les influenceurs ?



# 01 LE CONTEXTE

## < LE CONTEXTE

### LA POPULARITE :

Elle nous est donnée sous forme de note par plusieurs outils. Chez WAM, nous utilisons celle de Moz.com via son nouvel outil LinkExplorer. C'est une note comprise entre 0 et 100. Plus on se rapproche de 100, plus on sera populaire.

## LES LIENS DEMEURENT UNE NECESSITE

- **Google propose des réponses en fonction de la popularité des sites**

Plus votre popularité est élevée, mieux vous serez référencés.

- **La popularité s'acquiert grâce aux différents liens qui sont créés vers votre site**

Bien sûr, la quantité des liens est importante. Mais il ne faut pas oublier la qualité des liens.

- **La popularité se trouve chez les sites d'informations et les blogueurs**

Les domaines qui disposent d'une grande popularité sont les sites dont le métier est de produire des contenus. Ce sont ces sites qui sont les plus populaires.

## **PAS DE LIEN SANS CONTENU**

- **Les meilleurs liens s'acquièrent via les contenus que vous produisez**

Il vous faut vous aussi produire du contenu pour créer des liens et donc votre popularité.

- **Cependant, un contenu ne garantit pas des liens**

Le simple travail de production et de réalisation du contenu ne suffit pas.

- **Un travail de promotion est nécessaire**

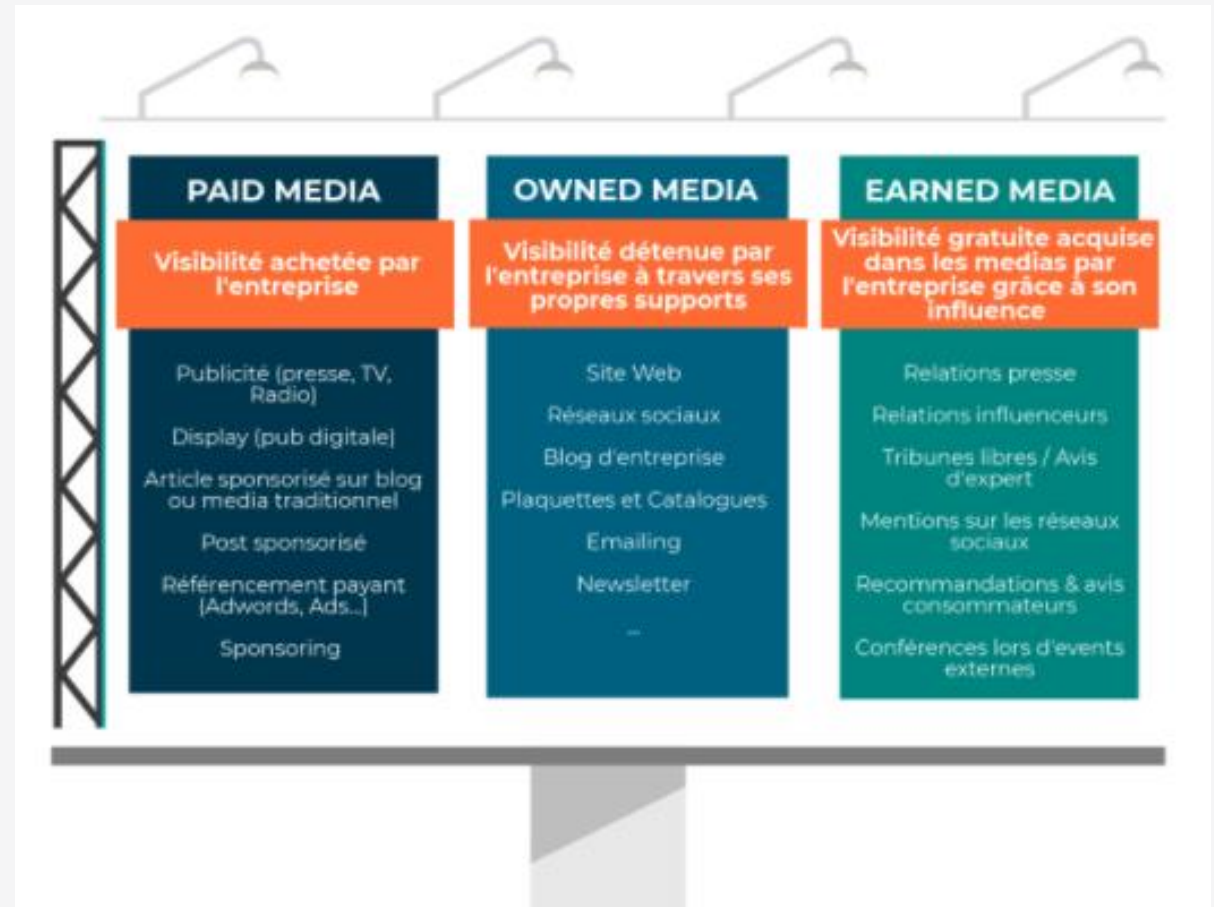
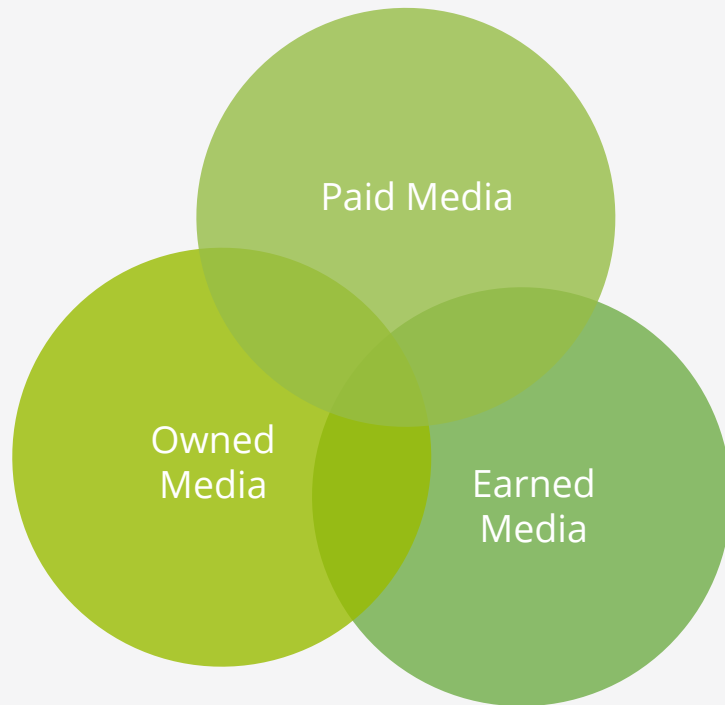
Il vous faut faire connaître votre contenu auprès de la presse pour obtenir les liens populaires.



# 02

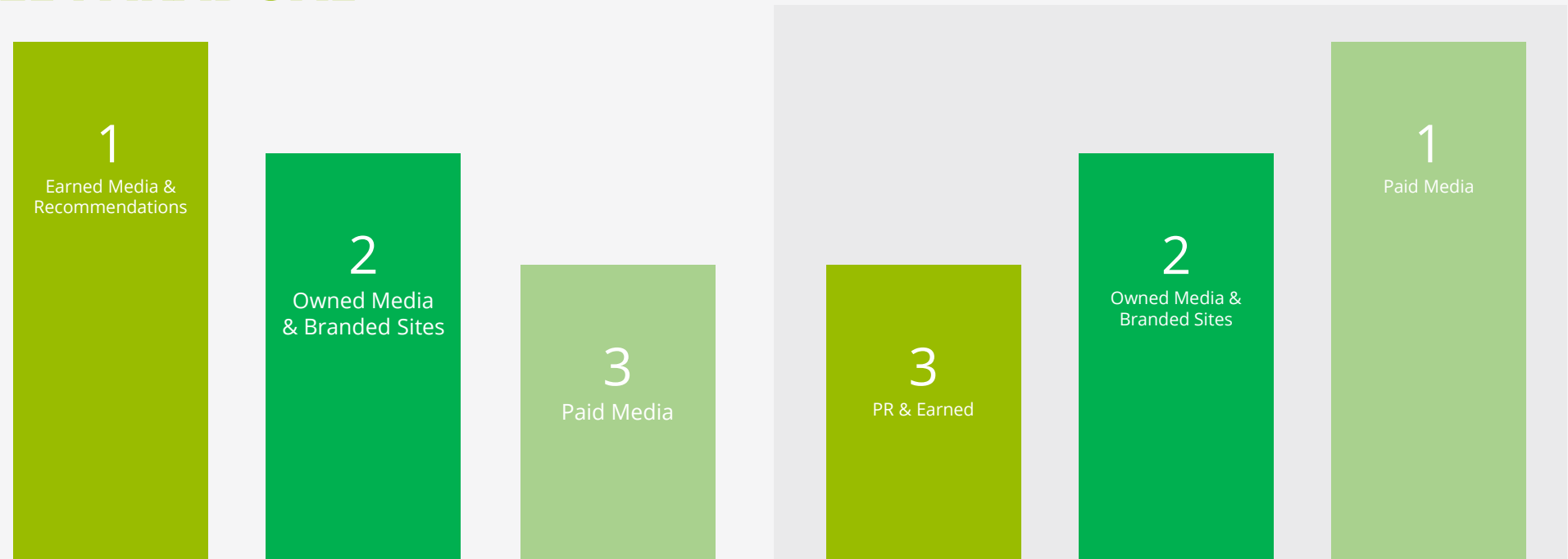
# LES NOUVELLES TENDANCES DE LA COM

## < LE MODELE PAID OWNED EARNED MEDIA





## LE PARADOXE



## **LES INGREDIENTS D'UNE STRATEGIE EARNED MEDIA**

### **LE MESSAGE**

Le why / le contenu

### **L'INFLUENCE**

RP – Journalistes et blogueurs toujours en tête

### **LA CONFIANCE**

Expertise, cas d'étude, retour terrain, ambassadeurs clients / collaborateurs

### **L'ENGAGEMENT**

Social Media Management / Marketing Digital / Influence

### **L'EXPERTISE**

Prise de parole – positionner son client comme un expert d'une thématique



# 03

# COMMENT TRAVAILLENT LES JOURNALISTES ?



## JOURNALISTES : LE CONTEXTE DE LA PROFESSION

- **Un modèle économique qui se cherche**

L'avènement du web a changé la donne. Les médias n'ont plus le monopole de l'info ni de l'audience.

- **Des rédactions réduites**

La baisse des revenus a forcé les groupes de médias et réduire leurs effectifs...

- **Des journalistes à qui l'on demande toujours plus**

... et à en demander toujours plus à ceux qui restent.

## < COMMENT TRAVAILLENT LES JOURNALISTES ?

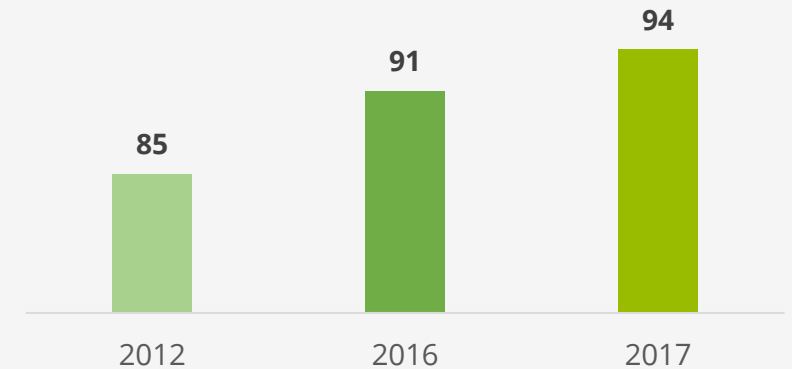
### A RETENIR :

Les réseaux sociaux font partie intégrante des outils utilisés par les journalistes

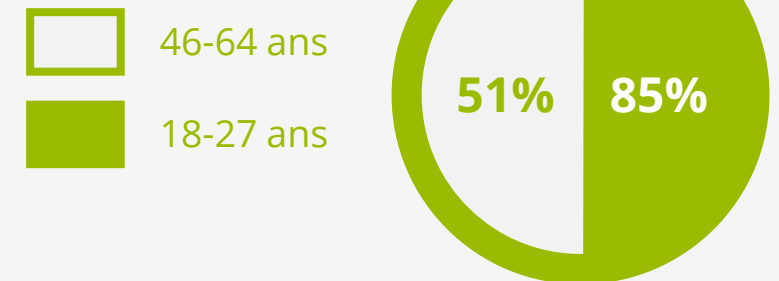
Source : Cision

- 94% des journalistes utilisent les RS
- 55% déclarent ne **plus pouvoir s'en passer**
- 70% utilisent les réseaux sociaux **jusqu'à 2h/jour**
- 12% utilisent les réseaux sociaux **plus de 5h/jour**

Utilisation des réseaux sociaux



« Je ne pourrais plus me passer des réseaux sociaux »



## < COMMENT TRAVAILLENT LES JOURNALISTES ?

### A RETENIR :

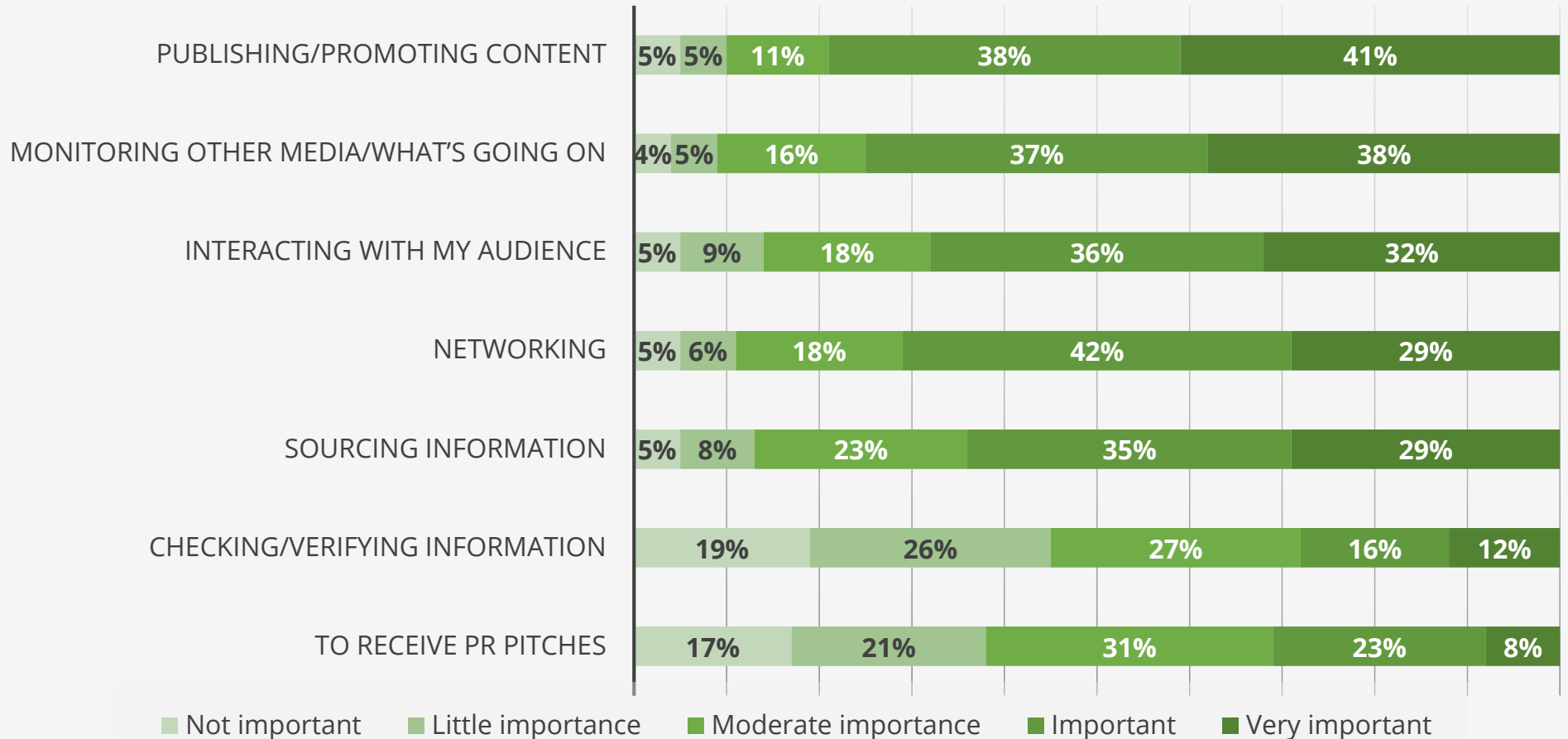
Les journalistes utilisent les réseaux sociaux pour :

1/ Promouvoir

2/ Veiller

3/ Interagir

Source : Cision



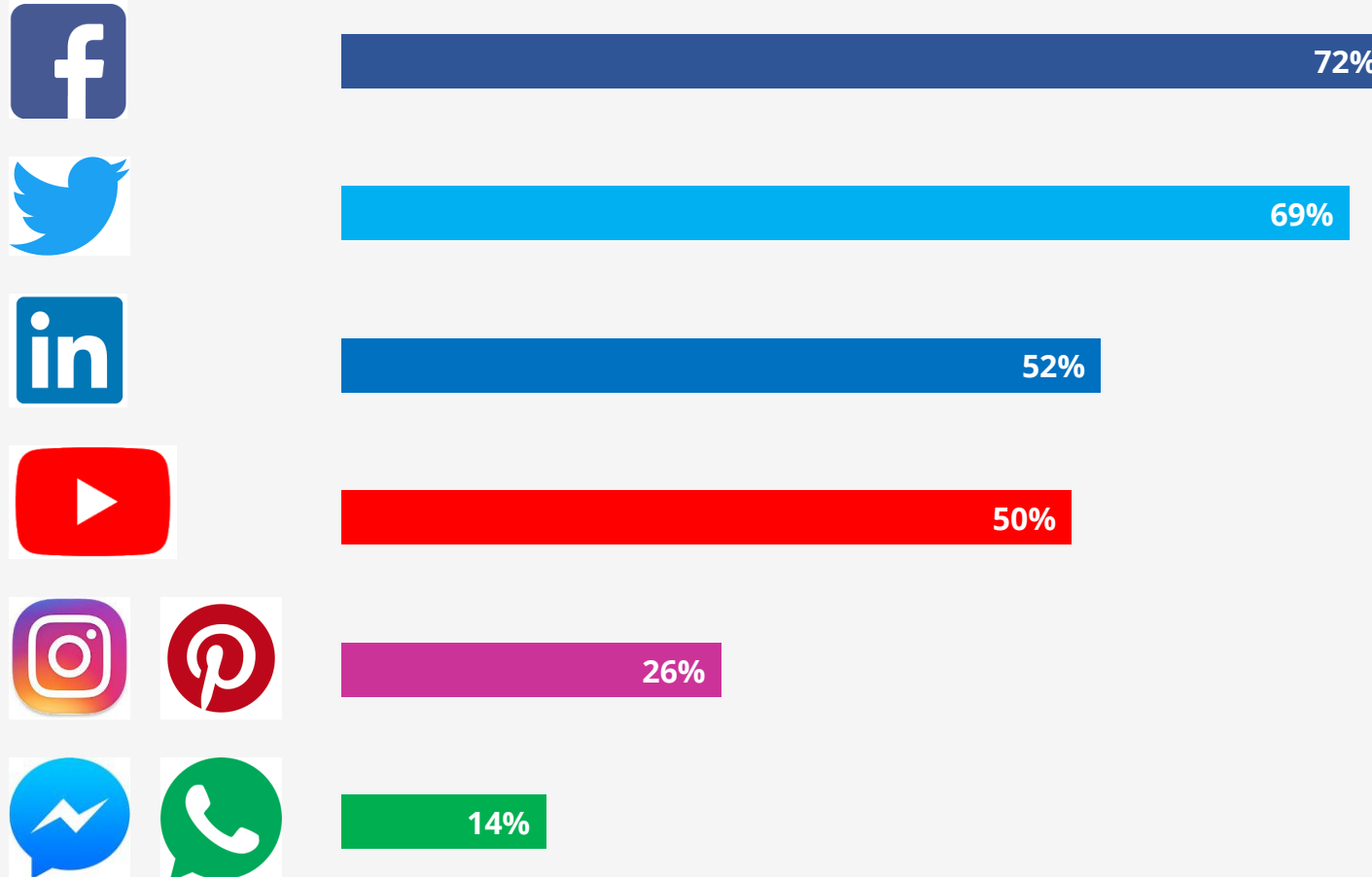
## < COMMENT TRAVAILLENT LES JOURNALISTES ?

### A RETENIR :

Facebook et Twitter sont les réseaux sociaux privilégiés des journalistes.

Arrivée en force des réseaux sociaux « visuels » pour certains secteurs (beauté, food, lifestyle...)

Source : Cision

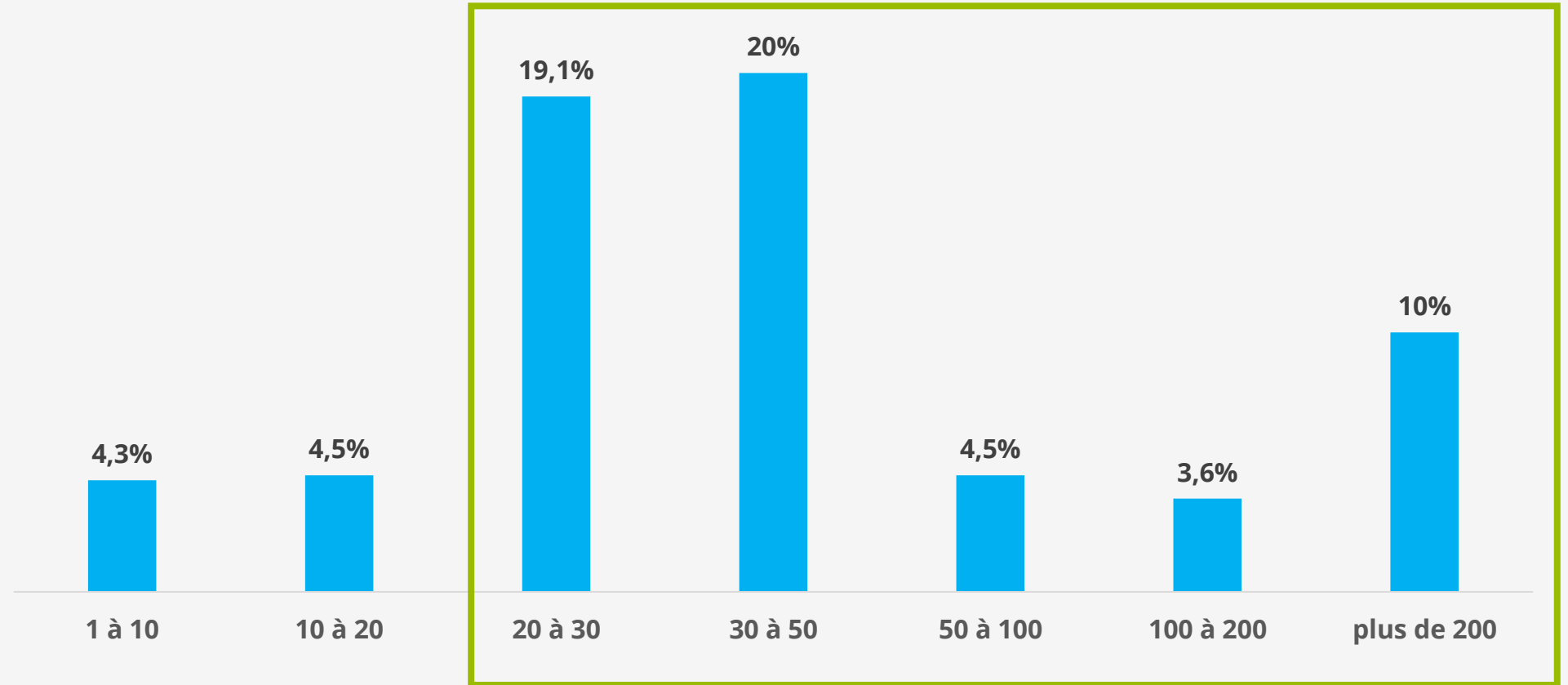


**A RETENIR :**

En moyenne, les journalistes reçoivent 60 communiqués par jour, soit 8 minutes par CP.

Source : [Gootenberg](#)

**DES JOURNALISTES SUBMERGES PAR LES MAILS**



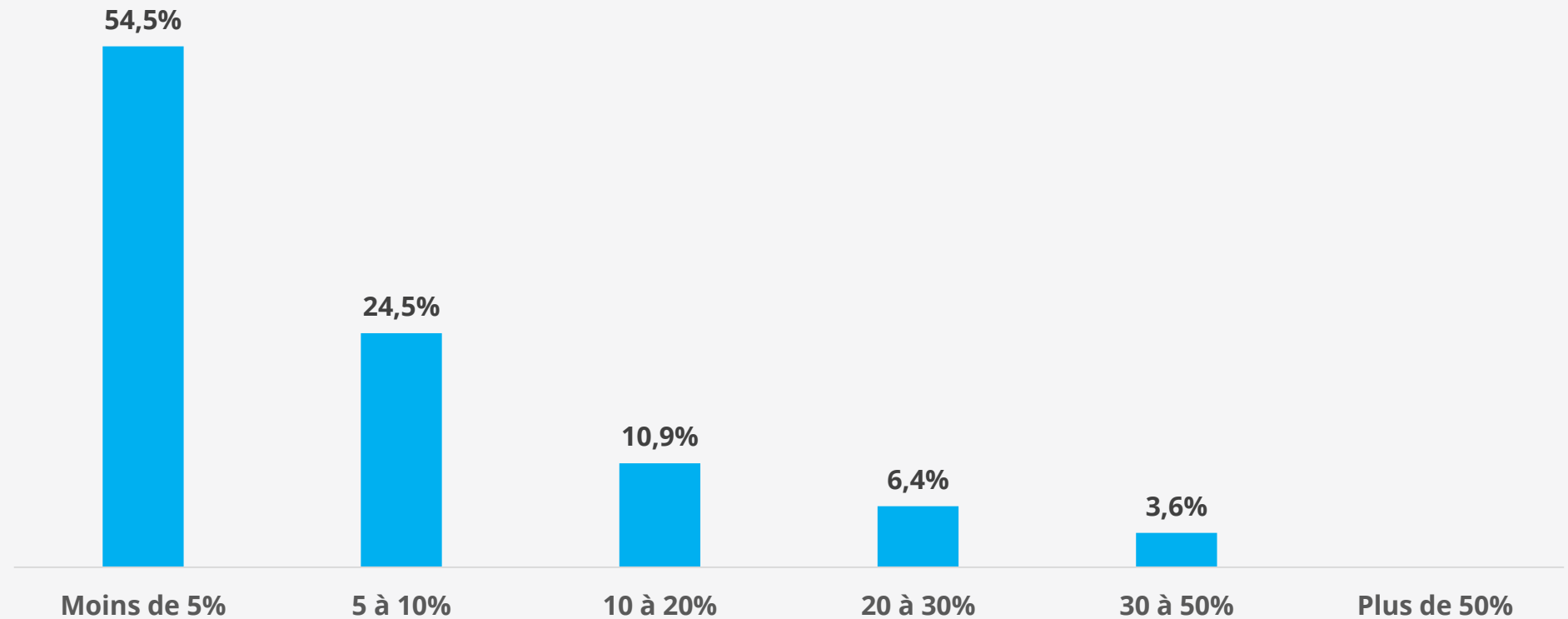


**A RETENIR :**

Seuls 7% des CP reçus par les journalistes sont considérés comme pertinents.

Source : [Gootenberg](#)

**DES JOURNALISTES SUBMERGES DE CP INUTILES**





# 04 ET LES INFLUENCEURS ?

## **JEUNE, ACTIF ET PROFESSIONNEL**

- **85% ont entre 25 et 44 ans**
- **Le blogging : une activité secondaire**
- **44% des blogueurs bloguent par passion /  
11% en ont fait leur unique source de revenu**

## **AGENCES & BLOGUEURS : UNE RELATION CONTRASTÉE**

- **50% sont satisfaits de la manière dont ils sont contactés**
- **63% sont satisfaits de la manière dont les marques les abordent**
- **47% sont satisfaits de la prise de contact faite par les agences**

## COMMENT LES CONTACTER ?



1 - Le mail



2 - Via leur  
blog



3 - Réseaux  
sociaux



4 - La rencontre



5 - Téléphone



6 - Le courrier

On les retrouve principalement sur  
les réseaux traditionnels :



96%



90%



88%

*« Les marques ne voient pas la relation gagnant/gagnant mais vraiment une relation unilatérale qui ne va que dans leur sens. »*

## **TOP 3 DES RAISONS DE PARLER DE VOUS SELON LES BLOGUEURS**



**1** - Le produit me plaît

**2** - Test produit

**3** - Intérêt pour les lecteurs / La cause me tient à cœur / Affinité avec la marque

## LES ERREURS A EVITER

LES REPROCHES	TOUS	> 100 000
Ne pas se renseigner sur la ligne éditoriale	62%	65%
Message de masse sans personnalisation	58%	73%
Mauvais ciblage	40%	52%
Un manque de clarté sur la collaboration	39%	45%
Envoi de contenu trop publicitaire	38%	45%
Manque de contenus multimédias	15%	30%
Contenu de mauvaise qualité	13%	32%
Manque de politesse	7%	18%



## A LA RECHERCHE D'UN PARTENARIAT PERENNE

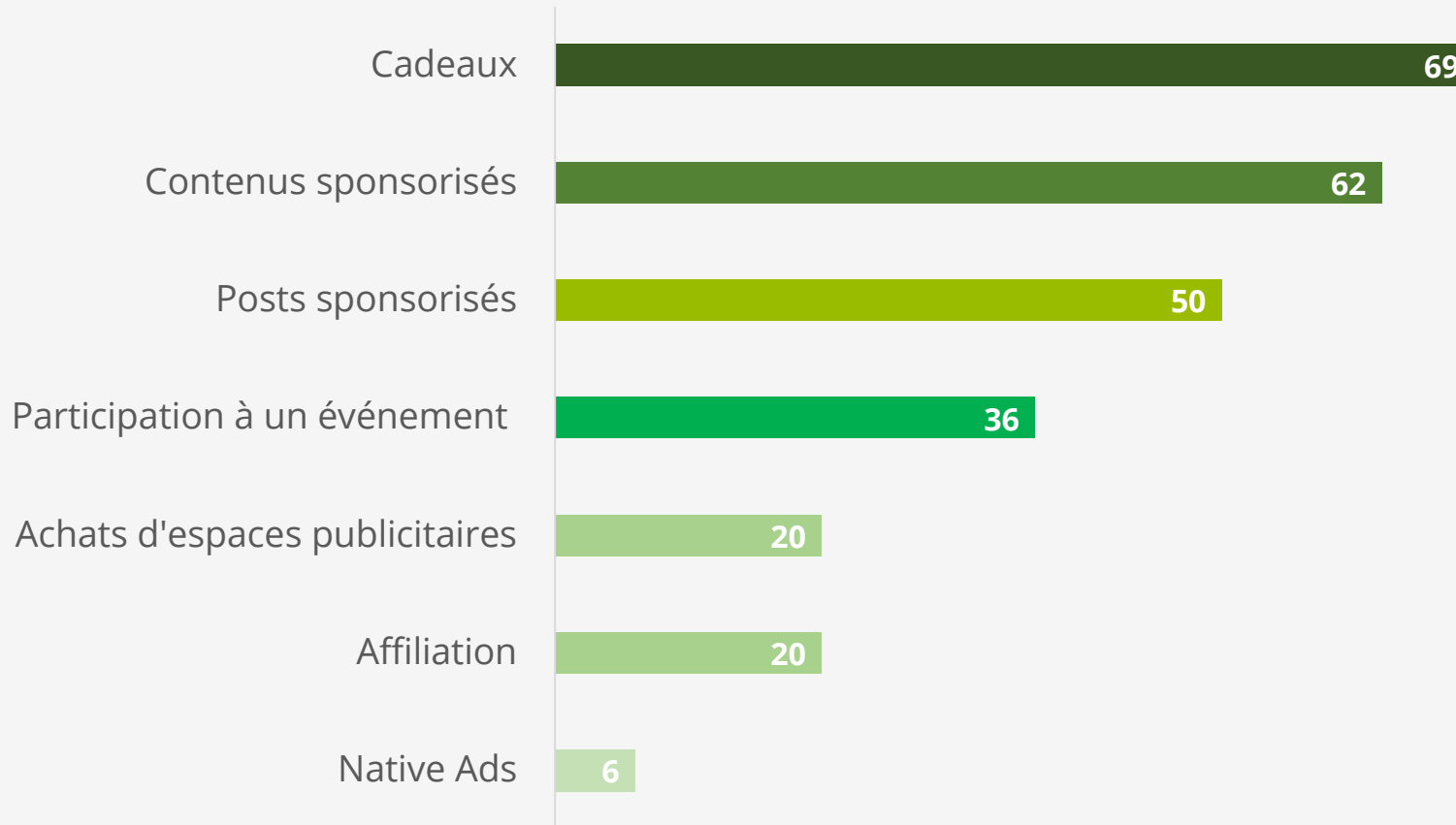
**73%**

souhaitent des  
partenariats  
plus longs

**21%**

Pensent que les  
marques rémunèrent  
de mieux en mieux

## QUELLE FORME DE REMUNERATION ?



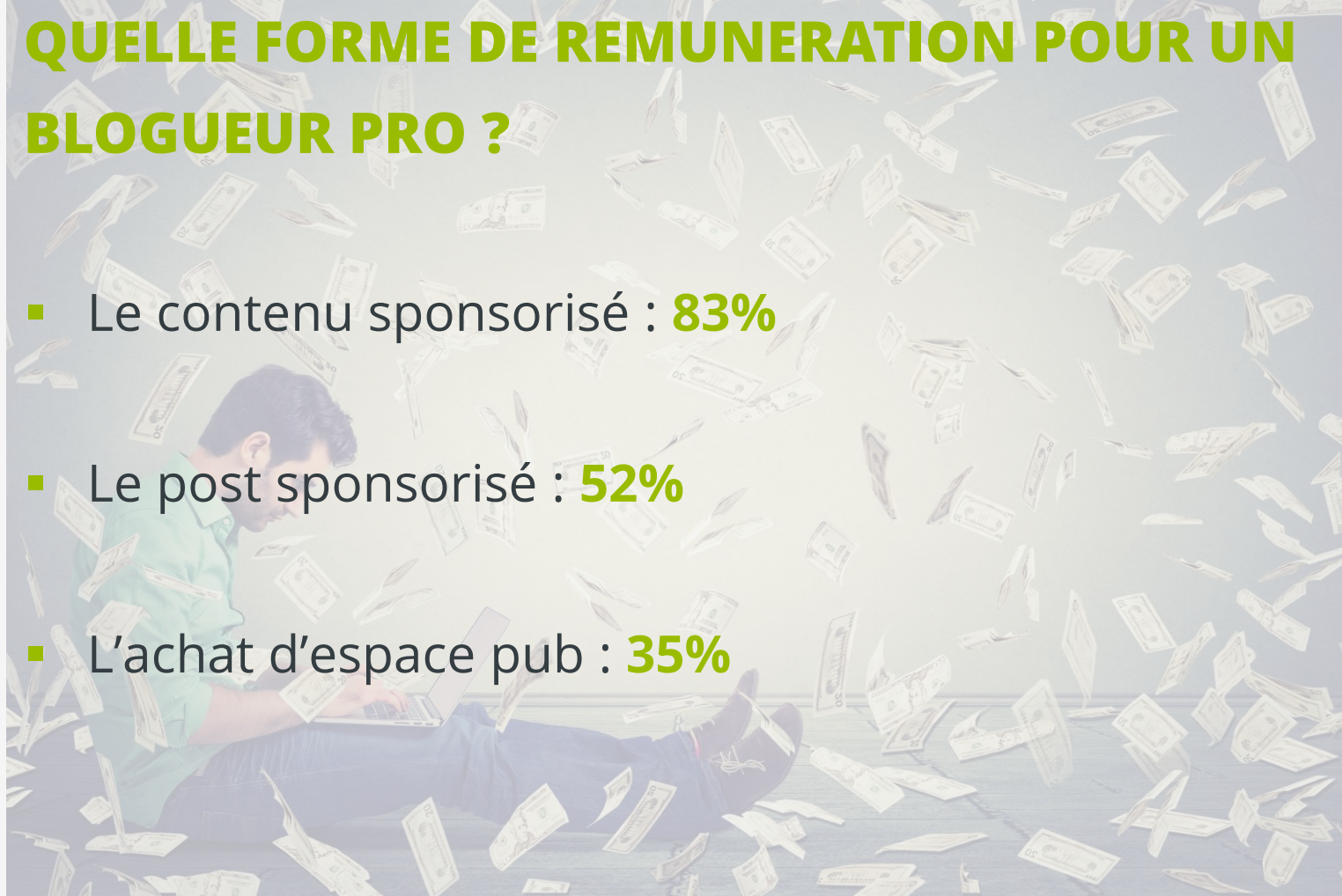
**A RETENIR :**

La rémunération est la **top priorité** des blogueurs pro

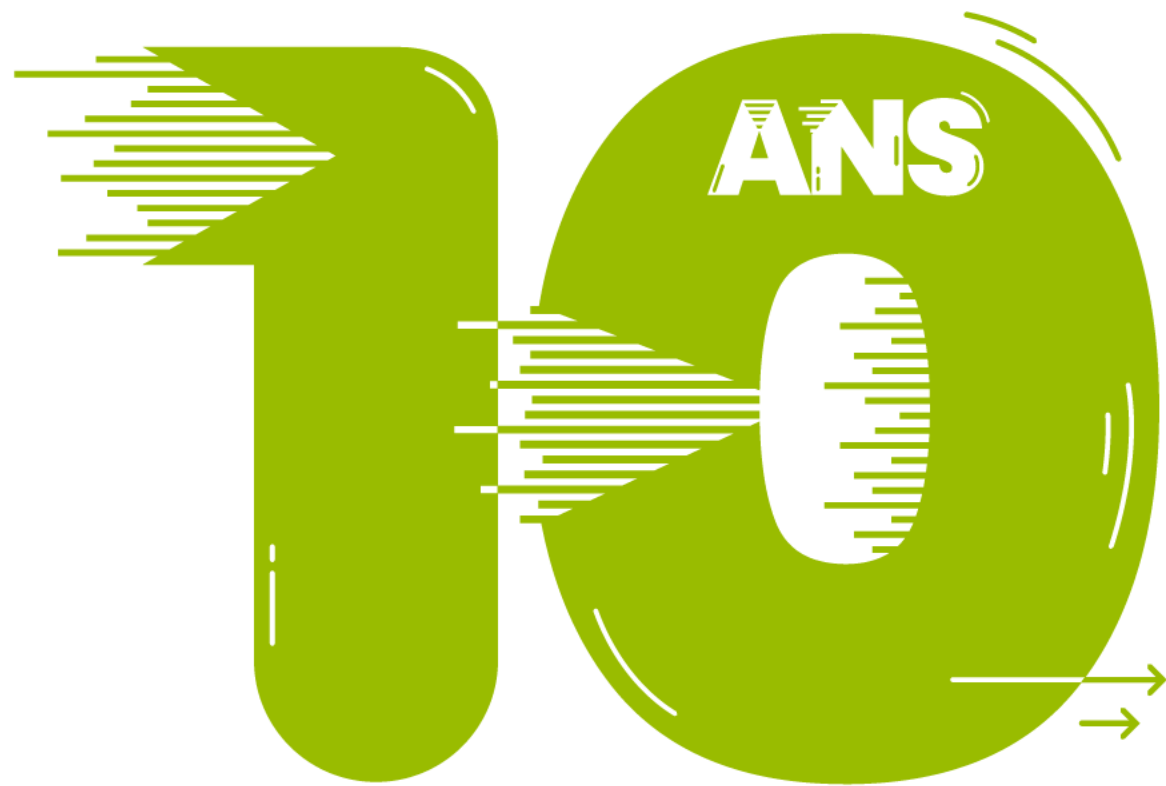
*Source : Cision*

**QUELLE FORME DE REMUNERATION POUR UN BLOGUEUR PRO ?**

- Le contenu sponsorisé : **83%**
- Le post sponsorisé : **52%**
- L'achat d'espace pub : **35%**



**< MERCI !**



**WAM**  
RÉFÉRENCIEMENT

SEARCH  
& CONTENT MARKETING