

Bachelor Digital Business & Development
Communication et publicité digitale avancée

**MARKETING
DIGITAL - IMC**



2024-2025 Hubert Kreitfort

Bachelor Digital Business & Development
Communication et publicité digitale avancée

MKTG

ALL YOU NEED IS
DIGITAL IMC*





DIGITAL-IMC



- 1 New Marketing (IMC-UX)
- 2 New Economy
- 3 Stratégie - Secret Sauce
- 4 Content marketing
- 5 Search & Tech
- 6 ADTech & Innovation
- 7 Social Media & Influence
- 8 U-commerce
- 9 Plan digital
- 10 Examen Final

2024-2025 Hubert Kreitfort

BDBD
E-COMMERCE

EP07
**influence marketing
& SMM**



**PREVIOUSLY
in 180 sec**



SMM

**SOCIAL
MEDIA
MARKETING**

SMM

**SOCIAL
MEDIA
MANAGER**

CM+ = +
community manager+ = +

WE ARE SOCIAL

WE ARE SOCIAL INFLUENCE

WE ARE SOCIAL'S MONDAY MASHUP #679

TikTok introduces new AI avatars and translation tools, Instagram launches "Close Friends on Live", TikTok adds new UGC options to its "Out of Phone" ads and more social media news.

[Read More](#)

Nouvel Algorithme

social graph

interest graph

nb publication nb follower tiktokisation dwell time

frequency authority new = old

2020

~~TIME~~
~~MONEY~~

**ATTENTION
=
MONEY**

DJT

attn:

STORIES WORTH YOUR ATTENTION

attn/

TOUT EST DANS L'ATTENTION

attn :

DWELL-TIME
Taux d'engagement
Taux de conversion
Taux de rebond (Bounce Rate)
Temps moyen par session

GARY VAYNERCHUK
AN INFLUENCER'S GUIDE TO SUCCESS

DAY TRADING ATTENTION

HOW TO ACTUALLY BUILD BRAND AND SALES IN THE NEW SOCIAL MEDIA WORLD

"Day Trading Attention" de Gary Vaynerchuk explore comment les entreprises peuvent capter et utiliser l'attention des consommateurs dans le paysage numérique actuel. Vaynerchuk souligne l'importance de comprendre et d'exploiter les canaux d'attention sous-évalués, notamment via les réseaux sociaux. Il compare l'attention en ligne à la volatilité du marché boursier, où les marques doivent agir rapidement pour rester pertinentes. Le livre met en lumière la nécessité de l'agilité, expliquant comment les entreprises doivent s'adapter aux tendances émergentes et aux algorithmes changeants des plateformes comme TikTok, Instagram et LinkedIn. Vaynerchuk insiste sur le storytelling, la création de contenus authentiques et engageants, et l'importance de la marque personnelle. Il offre des conseils pratiques et des exemples concrets pour construire une marque et augmenter les ventes, mettant l'accent sur la compréhension des consommateurs modernes, plus informés et exigeants. Il prône l'utilisation de diverses plateformes pour diversifier le contenu, tout en soulignant l'importance des données et de l'analyse pour affiner les stratégies marketing. "Day Trading Attention" est un guide pour naviguer dans le monde rapide du marketing digital, où l'attention est la nouvelle monnaie.

APR 2023

TIME SPENT USING SOCIAL APPS

App	Time Spent
Facebook	216 206 / MONTH
Instagram	188 176 / MONTH
Twitter	148 508 / MONTH
LinkedIn	128 506 / MONTH
YouTube	88 786 / MONTH
WhatsApp	58 786 / MONTH
Other	38 776 / MONTH

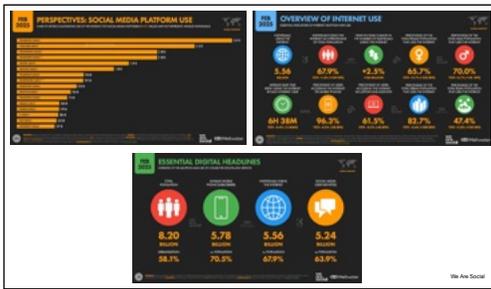
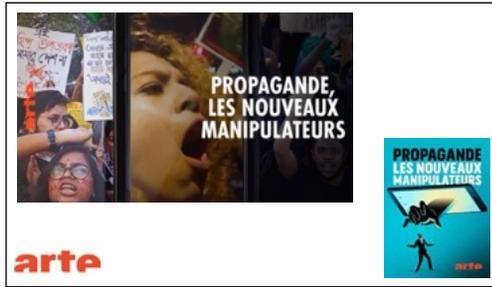
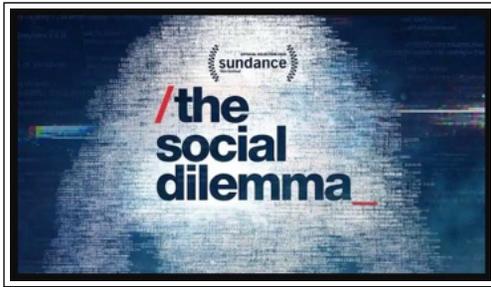
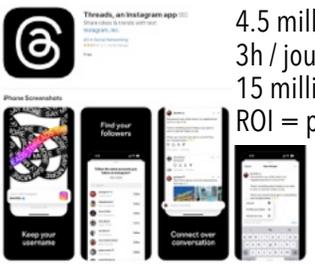
Source: eMarketer

Gutenberg



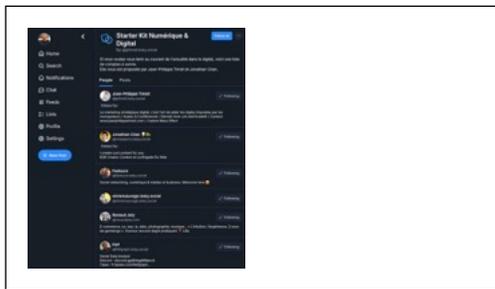
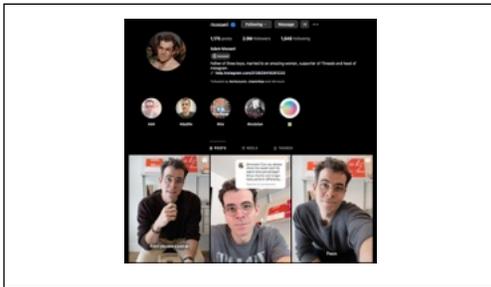
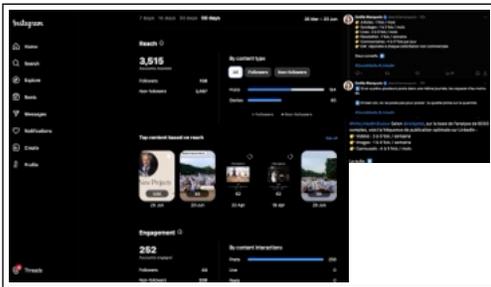
**Zuckerberg
Sandberg**



Threads, an Instagram app

4.5 milliards de users
3h / jour
15 milliards de CA
ROI = pub x 10



TikTok, deuxième plateforme la plus populaire



TikTok, un moteur de recherche !
* 2 Américains sur 5 utilisent TikTok comme moteur de recherche
* 1/10 membre GenZ utilisent TikTok plutôt que Google

Une plateforme avec un algorithme : schéma



Les vidéos TikTok sont référencées sur la SERP



Et aussi sur Google SGE !

little red book
Xiao hong shu
小红书

Weixin
wechat

tiktok
Douyin

STRAVA

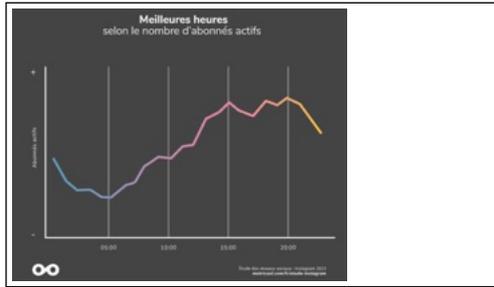
goodreads

VIVINO

BeReal

Top Apps Across iOS and Google Play Q2 2024

CONSUMER SPEND			DOWNLOADS		
Rank	Change	App Name	Rank	Change	App Name
1	▲ 1	TikTok	1	▲ 1	Temu
2	▼ 1	Newsr	2	▲ 6	TikTok
3	▲ 1	Disney+	3	▲ 1	ChatGPT
4	▲ 10	Tinder	4	▲ 10	France Identif
5	▲ 1	Google One	5	▼ 2	SHEIN
6	▲ 6	Amazon Prime Video	6	▲ 1	Telegram
7	▼ 1	YouTube	7	▼ 2	WhatsApp Messenger
8	▼ 1	LinkedIn	8	▲ 1	CapCut
9	▼ 1	Crunchyroll	9	▲ 23	Google Chrome
10	▲ 151	Amazon Shopping	10	▼ 4	Facebook



Réseaux sociaux en 2025
10 chiffres à retenir

- 5,24 milliards de profils sont actifs sur les réseaux sociaux en 2025, marquant une hausse de 4,1 % en un an
- Un utilisateur se connecte en moyenne à plus de 6 plateformes sociales tous les mois
- En moyenne, un utilisateur passe 2h21 par jour sur les réseaux sociaux. C'est 2 minutes de moins qu'en 2024.
- 54,6 % des profils appartiennent à des hommes, contre 45,4 % à des femmes
- 63,9 % de la population mondiale est présente sur les réseaux sociaux
- L'Europe du Nord est la région la plus active, avec 78,7 % de sa population inscrite sur les réseaux sociaux
- Pour justifier leur utilisation, les utilisateurs citent principalement le désir de rester connecté avec leurs proches (50,8 %)
- 16,6 % des utilisateurs désignent Instagram comme étant leur plateforme préférée, contre 16 % pour WhatsApp (2e) et 13,1 % pour Facebook (3e)
- TikTok est la plateforme où le temps passé est le plus élevé, avec une moyenne de 34h56 par mois pour un utilisateur actif
- WhatsApp est l'application la plus utilisée au quotidien, avec un taux d'ouverture de 84,1 % chaque jour

Google : 83 milliards de visites par mois en moyenne,
YouTube : 28,5 milliards de visites par mois en moyenne,
Facebook : 12,3 milliards de visites par mois en moyenne,
Instagram : 5,88 milliards de visites par mois en moyenne,
WhatsApp : 4,55 milliards de visites par mois en moyenne,
X : 4,44 milliards de visites par mois en moyenne,
Wikipédia : 3,93 milliards de visites par mois en moyenne,
ChatGPT : 3,53 milliards de visites par mois en moyenne,
Reddit : 3,5 milliards de visites par mois en moyenne,
Yahoo : 3,45 milliards de visites par mois en moyenne.

motifs d'utilisation peuvent varier selon l'âge, certaines motivations
Trouver de l'information (62,8 %),
Rester en contact avec ses proches (60,2 %),
Suivre l'actualité (55 %),
Regarder des vidéos, des séries ou des films (54,7 %),
Rechercher des tutoriels (51,1 %)
S'inspirer ou trouver des idées (46,9 %),
Écouter de la musique (46,7 %),
Tuer le temps (45,2 %),
Rechercher des produits ou des marques (45,2 %),
Trouver des destinations de voyage (38,9 %).

Pilotez mieux vos réseaux sociaux : outils de gestion, social listening et influence

Audience Research: The Complete Guide for Marketers

12 Ways to Do Effective Audience Research

- Social Listening
- Social Media Discovery
- Competitor Analysis
- Community and Focus Groups
- Surveys and Polls
- Customer and Prospect Interviews
- Website and Content Data Analysis
- Search Intent Analysis
- Cross-Platform Tracking
- First-Party Data
- Third-Party Research
- AI and Predictive Analytics

Social Data

What is Audience Research?
Audience research is the process of gathering and analyzing information about the people you want to reach with your marketing. It's understanding your target audience's motivations, pain points, and behaviors. Everything you learn will inform your marketing strategies, messaging, and campaigns. Done well, your efforts will resonate with your audience. Audience research is people-centric, market research is landscape-centric.

Des récits directement façonnés par les consommateurs
Utéliez souligne que sur les réseaux sociaux, les comptes détenus par des marques ne sont responsables que de 1,1% des conversations qui les concernent. Un chiffre en baisse par rapport à l'année précédente (1,5%) et qui pointe la difficulté pour les entreprises à se faire entendre. Cela signifie que ce sont avant tout les consommateurs qui façonnent véritablement le récit de marque. Par conséquent, il est essentiel de les écouter activement et d'intégrer avec eux.

Social Data

Utéliez souligne que sur les réseaux sociaux, les comptes détenus par des marques ne sont responsables que de 1,1% des conversations qui les concernent. Un chiffre en baisse par rapport à l'année précédente (1,5%) et qui pointe la difficulté pour les entreprises à se faire entendre. Cela signifie que ce sont avant tout les consommateurs qui façonnent véritablement le récit de marque. Par conséquent, il est essentiel de les écouter activement et d'intégrer avec eux.

Social Data

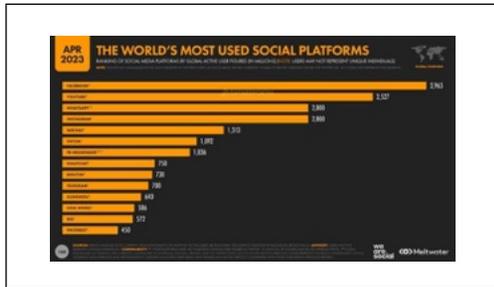
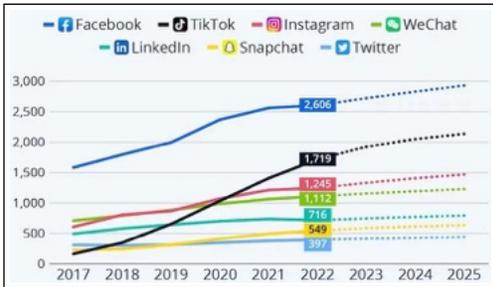
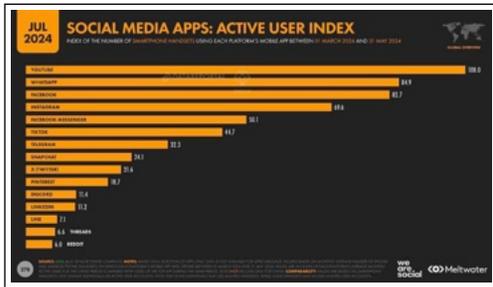
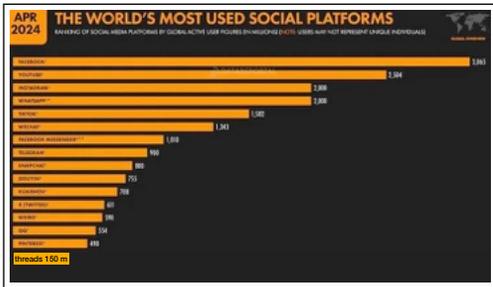
Empower Your Decisions With Clickstream Data

Get a personalized roadmap showing what to create or update - in minutes

Social Data (ex SparkToro)

Overview

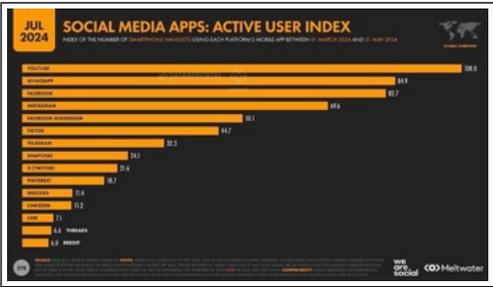
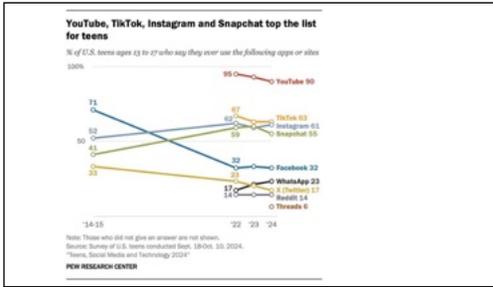
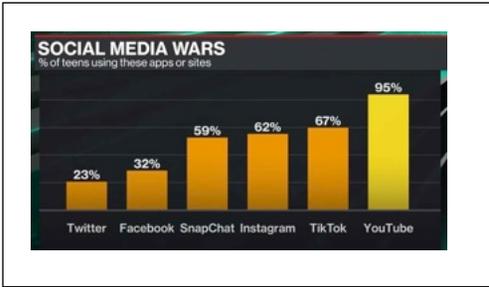
Social Networks



Les chiffres d'Instagram en France en 2023

- La France compte 23,7 millions d'utilisateurs d'Instagram en janvier 2023.
- 58,6 % des usagers d'Internet âgés de 16 à 84 ans utilisent l'application au moins une fois par mois.
- 18,4 % des Français qui utilisent les réseaux sociaux font d'Instagram leur plateforme favorite.
- Les Français passent en moyenne 3h36 par mois sur l'application.
- L'application mobile se classe 2e en 2022 en termes d'utilisateurs mensuels actifs.
- C'est aussi la 5e application la plus téléchargée en 2022.

Sources : étude We Are Social/Meltwater (Janv. 2023), étude We Are Social/Meltwater (France 2023)



Top Apps Across iOS and Google Play Q2 2024

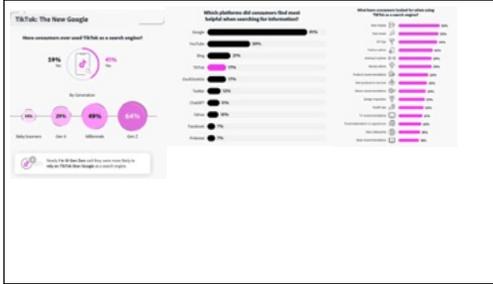
France

Rank	Change	App Name	Downloads	Rank	Change	App Name
1	▲ 1	TikTok	1	▲ 1	TikTok	
2	▼ 1	News	2	▲ 6	TikTok	
3	▲ 1	Disney+	3	▲ 1	ChatGPT	
4	▲ 1	Tinder	4	▲ 10	France Identité	
5	▲ 1	Google One	5	▼ 2	SHEN	
6	▲ 6	Amazon Prime Video	6	▲ 1	Telegram	
7	▼ 1	YouTube	7	▼ 2	WhatsApp Messenger	
8	▼ 1	LinkedIn	8	▼ 1	CapCut	
9	▼ 1	Crunchyroll	9	▲ 23	Google Chrome	
10	▲ 151	Amazon Shopping	10	▼ 4	Facebook	

Amazon Ads : le guide pour créer vos publicités Amazon

Vous recherchez des idées de campagnes publicitaires pour votre entreprise ? Découvrez comment créer des publicités Amazon Ads et où les lancer via votre site.

https://www.amazon.fr/ads



BEST TIMES TO POST

TIME #1: FROM 10:00AM-11:30AM

TIME #2: FROM 3:00PM-5:00PM

youtube in living room

70B paid to creator > Netflix

À l'ère de la convergence

AVOD, SVOD, FAN FUNDING. La publicité TV a plus d'un visage désormais. Aux côtés des broadcasteurs, qui restent devenus géants du streaming, des géants du streaming qui restent, eux, devenus géants de la TV.

Ce sont près de 300 personnes du secteur, agences, annonceurs et prestataires réunis pour un moment d'échanges et de networking le 06 juin prochain au Centre Beaugrenelle.

Au programme, des panels, keynotes et interviews qui nous permettront d'éclaircir des sujets comme ?

La convergence des broadcasteurs et des grandes plateformes d'AVOD. Le sujet de la mesure d'achat et de la mesure confiante. L'impact de la TV expérimentale dans sa phase de mesure. Le développement de la shoppable TV. Le cas de media Prime Video Ads ? L'exploitation du retail media en TV.

Cet événement est hébergé en partenariat avec Canal+ Brand Solutions, CapSift, France Télévisions Publicité, Making Science, Orange Advertising, Realistics, Stamp, Teads, TV Pub.

YUKA

Hubert Kratiroff
France

Scan the QR code to add me on WeChat

WeChat TenCent

1998

Gaming Music Tencent

Riot Game LOL
Supercell, UbiSoft
e-Sport
TME Tencent Music
Entertainment
Karaoke
Video

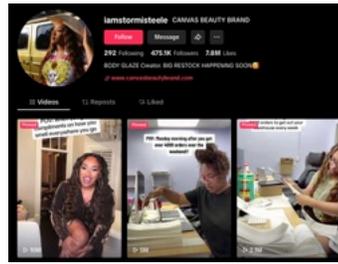
Pony Ma
11e ste mondiale
5% Tesla

快手

PINDUODUO E-COMMERCE PLATFORM

ROBLOX

Social Selling



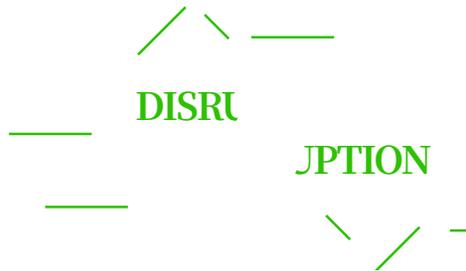
Everything
APP



The Harvard Business Review defines a super app as "a single application, accessible by mobile device or web browser, that offers multiple diversified services for everyday personal or commercial life, relies on a common financial transaction platform, leverages intra-app data to tailor offerings, and is widely adopted."

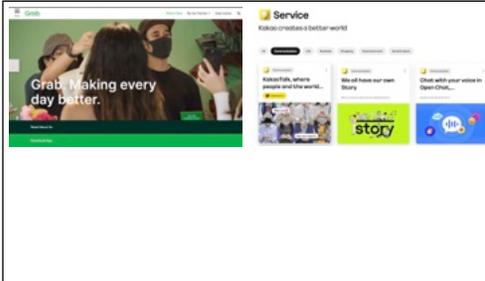
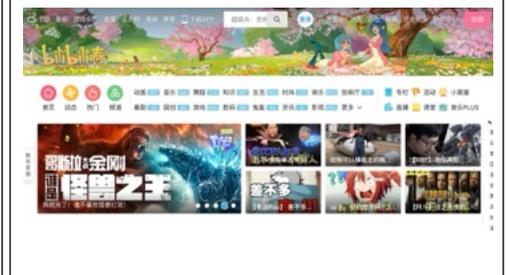
The term became more popular due to the rise of **WeChat** and **Alipay** in China — services with **1.2 billion** and **711 million users**, respectively, that have become embedded in the population's daily life. Beyond messaging, people use WeChat for various tasks like video conferencing, video games and mobile payment, among other applications. Alipay, on the other hand, is an all-in-one financial app that supports debit, credit and transfer payments, while also offering services such as wealth management and loans.

<https://www.mckinsey.com/technology/ai-super-apps-how-gift-to-bill-off-in-the-w/>



DISRUPTION

- Disruption**
O-IQ → QQ
+2011 WeChat
+2015 WeChat Pay
Mini MicroProgram
Open Source SDK
- Uberisation**
Riot Game LOL
Supercell, UbiSoft
e-Sport
TME Tencent Music
Entertainment
Karaoke
Video
- Taycoonisation**
Pony Ma
11e ste mondiale
5% Tesla



utiliser la notoriété
d'expert, influenceur,
ambassadeur, KOL
pour diffuser le
contenu de la marque



COLLABORER AVEC LES MEILLEURS PROFILS SELON LES ENJEUX

Engagement & Confiance

Bloomberg

YouTube Star MrBeast Is Raising Money at a \$5 Billion Valuation

• YouTube star aims to raise a couple hundred million dollars
• He has 'tens of millions' of dollars on Amazon reality show

CRISTIANO RONALDO
\$3,234,000 PER POST

SELENA GOMEZ
\$2,558,000 PER POST

KIM KARDASHIAN
\$2,174,800 PER POST

改善

Karim

Il faut être le meilleur pour photographier. Il faut progresser et être capable de faire de bons portraits. Progresser, c'est un processus continu.



Brut.

2 jours dans les coulisses du 21e Festival

Collaborating, Disclosing, Messaging, Sharing

#ForYouClass

TikTok For Business

#FOR YOU

#ForMusicCreator #ForAds

TikTok Model Biface TriFace

Caroline Mignaux Form Zero to Hero

Le personnel branding, c'est quoi ?
Comment se construire une image personnelle ?
Comment devenir une influenceuse ?

Lalor

The #1 influencer marketing platform

Ad Library

Age: 18-65+ years old

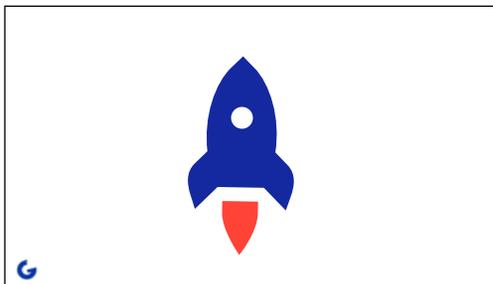
Gender: All

Reach: 4,134

Meta Ad Library

Search all the ads currently running across Meta technologies, as well as:

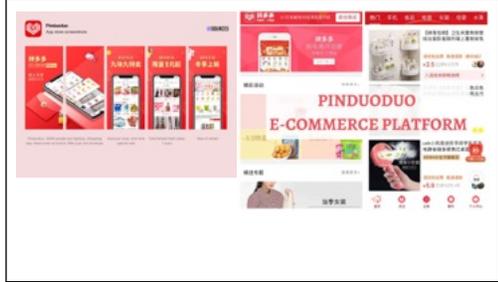
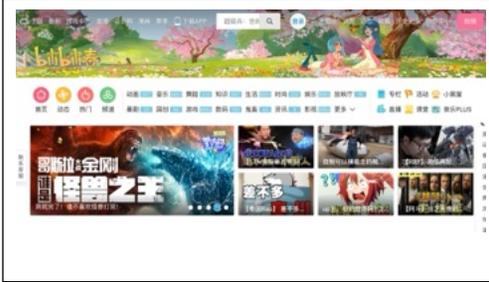
- Ads about social issues, elections or politics that have run in the past seven years
- Ads that have run anywhere in the EU in the past year



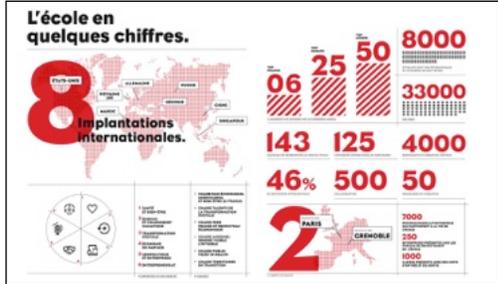
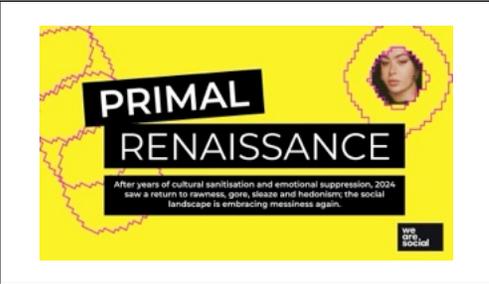
creator economy

utiliser la notoriété d'expert, influenceur, ambassadeur, KOL pour diffuser le contenu de la marque

accord avec la marque
affinité avec la cible
=
engagement
(KPI : impression clic like commentaire action code promo, lien...)



Consumer journey stage	SEE	THINK	DO	CARE
Priority	4	2	1	3
Audience engagement	Content that captures attention and sparks conversation.	Content that sparks conversation and sparks conversation.	Content that sparks conversation and sparks conversation.	Content that sparks conversation and sparks conversation.
Message/Call to Action	Content that sparks conversation and sparks conversation.			
What we want people to do in this phase	Content that sparks conversation and sparks conversation.			
Metric	Attention	Brand awareness and direct traffic to site	Sales	Retention/Churn
Digital marketing & ad formats	The "hero" content that sparks conversation and sparks conversation.	The "hero" content that sparks conversation and sparks conversation.	The "hero" content that sparks conversation and sparks conversation.	The "hero" content that sparks conversation and sparks conversation.





El compromiso sostenible forma el fundamento
de nuestra estrategia de negocio. Nuestra misión es
generar valor sostenible para los accionistas, los
clientes, los empleados, la sociedad y el medio
ambiente, con el objetivo de ser la mejor empresa
del mundo.

17 Ave. Parque Sur - 08000 Barcelona
182 Avenida Juan Lluís - 08000 Pineda

Act
Think
Impact

grubor.es