

Internet

Etude : les relations blogueurs en France en 2013

Avec une audience et une influence dépassant parfois celles de la presse écrite, les blogueurs n'ont jamais été autant courtisés par les marques que ces dernières années. Or, face à une blogosphère française hétérogène qui compte plusieurs millions de blogs actifs, les marques ont du mal à trouver la bonne approche.

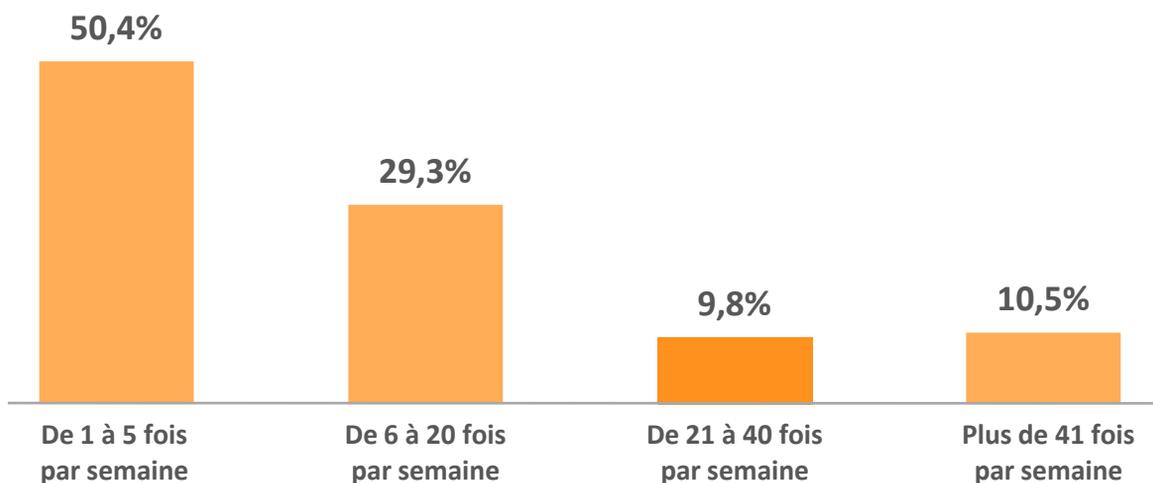
Une étude pour comprendre la relation entre les marques et les blogueurs

L'agence digitale Outils du web diffuse pour la première fois en France son étude sur les relations entre les blogueurs et les marques. Cette étude présente le profil des blogueurs les plus sollicités par les marques, la manière dont ils sont contactés, leur sentiment à l'égard de ces sollicitations et des pistes d'améliorations pour les marques.

Les blogueurs sont très sollicités

49,6 % des blogueurs sont contactés plus de 6 fois par semaine par des marques et 20,3 % le sont plus de 21 fois.

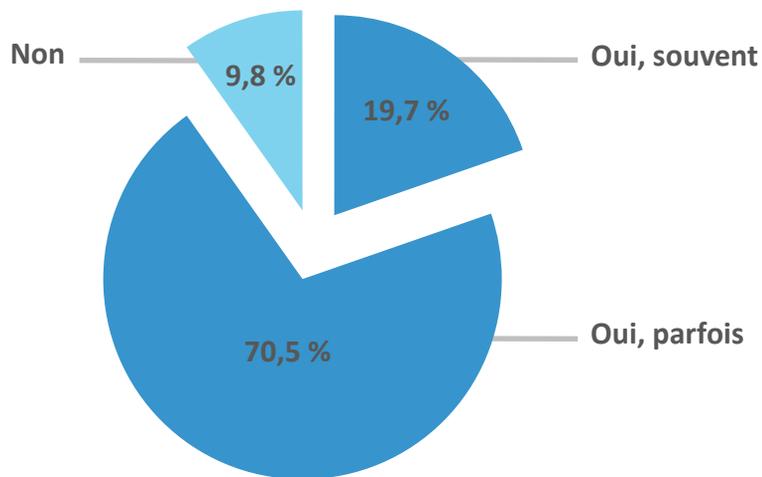
Fréquence des sollicitations des blogueurs par les marques



Les sollicitations des marques sont une source d'information pour les blogueurs

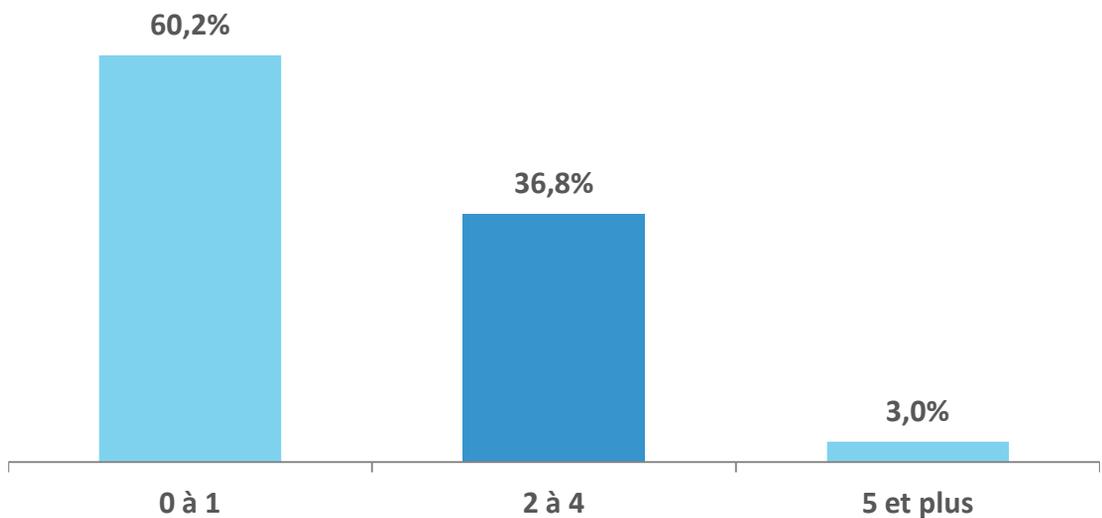
90,3 % des blogueurs ont déjà écrit un article suite à une sollicitation d'une marque.

Les blogueurs ont-ils déjà écrit un article au sujet d'une marque suite à une sollicitation ?



Les articles écrits suite à une sollicitation d'une marque représentent 2 à 4 articles sur 10 pour 36,8 % des blogueurs.

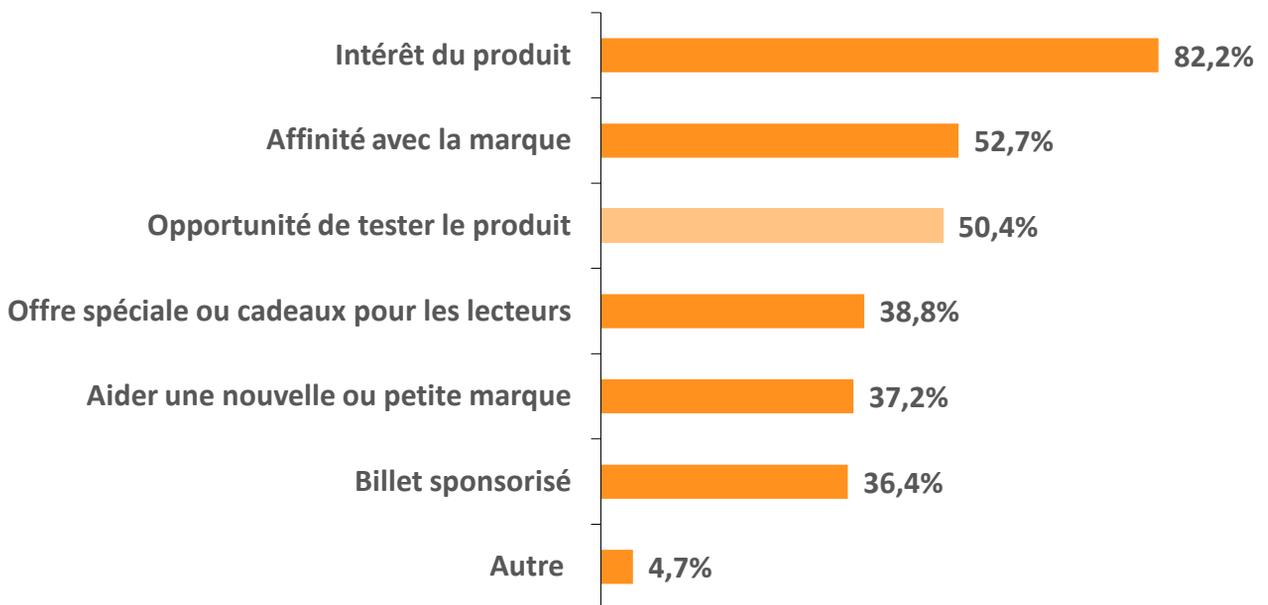
Sur 10 articles rédigés, nombre d'articles ayant pour origine une sollicitation de marque



Leurs principales motivations : intérêt du produit et affinité avec la marque

Les blogueurs choisissent de parler d'une marque à 82,2 % selon l'intérêt d'un produit et à 52,7 % selon leur affinité avec la marque.

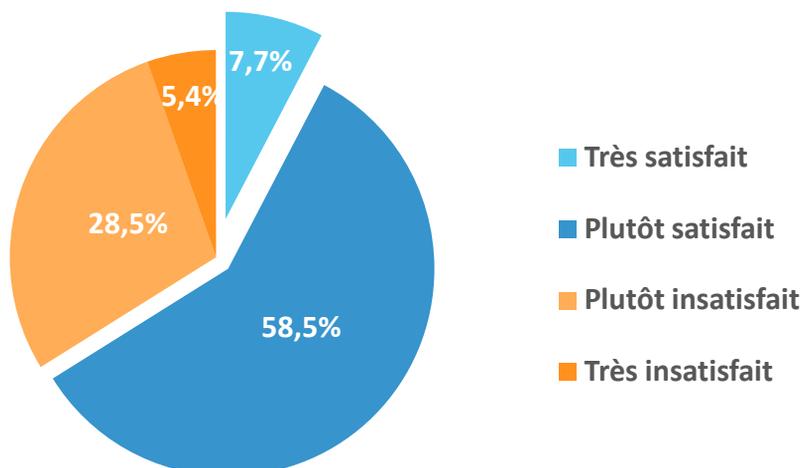
Motivations principales des blogueurs pour parler d'une marque



Les marques n'ont pas toujours la bonne approche avec les blogueurs

Un blogueur sur trois n'est pas satisfait de l'approche des marques.

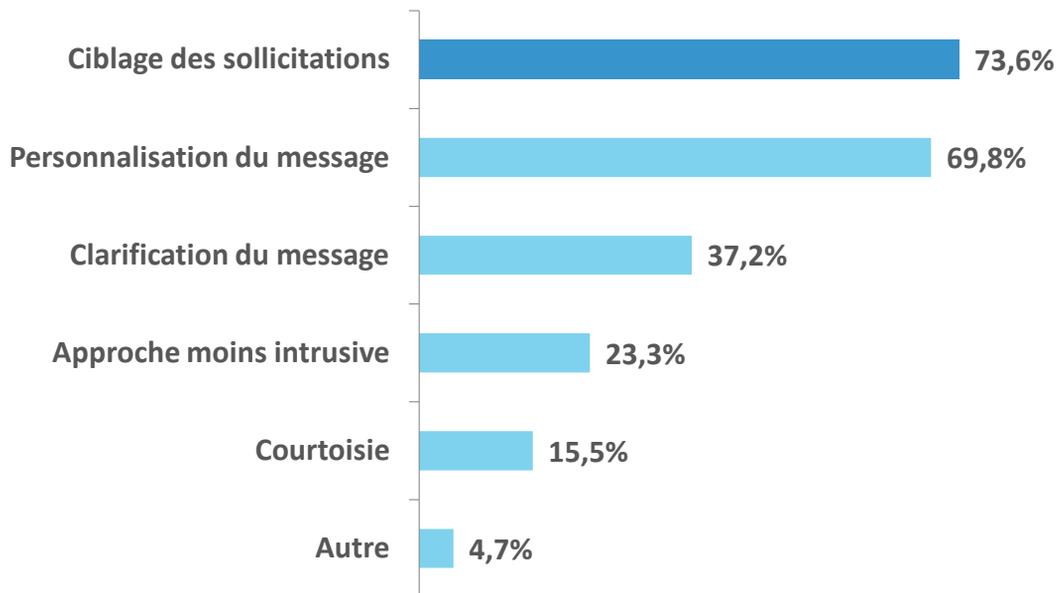
Satisfaction des blogueurs par rapport à l'approche des marques



Les marques doivent mieux cibler et personnaliser leurs sollicitations

73,6 % des blogueurs estiment que les marques devraient mieux cibler leurs sollicitations et 69,8 % estiment qu'elles devraient personnaliser leur message

Les améliorations possibles dans l'approche des marques selon les blogueurs



Méthodologie et définitions

Sources

Enquête de l'agence digitale Outils du web.

Enquête réalisée en avril et mai 2013, résultats analysés en juin 2013.

Echantillon

Echantillon de 150 blogueurs sélectionnés et interrogés via un questionnaire en ligne.

Tous les blogueurs interrogés sont régulièrement sollicités par des marques.

Définition relations blogueurs

Les relations blogueurs correspondent à la démarche d'entrer en contact avec des blogueurs afin de leur présenter une information ou un produit.

En les contactant, les marques cherchent à profiter de la visibilité des blogs pour présenter une nouvelle offre, ou à faire passer un message auprès d'une audience ciblée.

Liens utiles

Consulter l'étude et l'infographie : <http://www.outilsduweb.com/etude-relations-blogueurs>

Télécharger l'étude : <http://www.outilsduweb.com/etude/telecharge?pdf=relations-blogueurs.pdf>

Visuels : <http://www.outilsduweb.com/visuels-presse>

A PROPOS D'OUTILS DU WEB

Outils du web est une agence digitale indépendante basée à Paris.

Elle accompagne les entreprises dans la définition et la mise en œuvre d'une stratégie digitale pertinente.

Quatre domaines d'expertise : relations blogueurs, référencement, réseaux sociaux et contenu.

Site : www.outilsduweb.com

Twitter : www.twitter.com/Outilsduweb

Facebook : www.facebook.com/outilsduweb

Contact Presse :

Andréas Georgiou

Tél. : 01 84 17 38 28

Port. : 06 11 25 08 88

andreas@outilsduweb.com

Outils du web

64 rue chapon – 75003 Paris

Tél. : 01 84 17 38 28

contact@outilsduweb.com