NOVEMBRE
27

#BlackFriday

Une occasion en or pour activer le levier de l'Influence Marketing

Un événement très attendu par les marques mais aussi par les influenceurs : l'occasion de se démarquer avec des campagnes toujours plus créatives et inspirantes.

RETOUR EN CHIFFRES SUR CE PHÉNOMÈNE

Pour conserver une activité malgré la crise sanitaire et le confinement, il est important de continuer à communiquer et à convertir, notamment à l'occasion du Black Friday, période attendue par les KOLs et les marques. En faisant le choix du marketing d'influence pour leurs campagnes Black Friday, les marques :

- Profitent d'une période forte en engagements pour créer des campagnes performantes
- S'adressent aux jeunes générations et communiquent sur leurs opérations Black Friday
- Utilisent un levier authentique qui génère un ROI intéressant
- Travaillent avec de véritables créateurs de contenus qui ont un fort pouvoir de prescription

Le Black Friday sur les réseaux sociaux en 2019

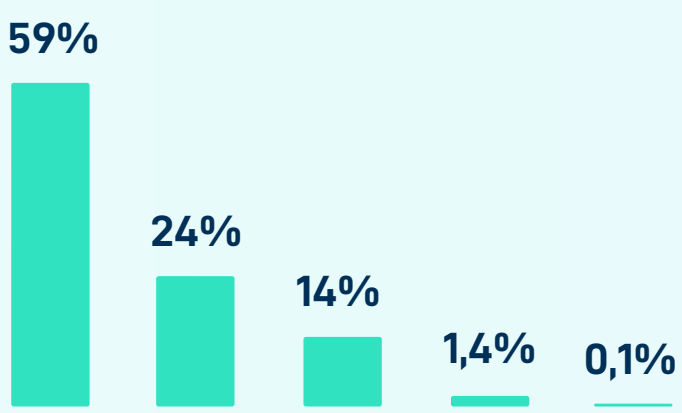
126,3 M
C'est le nombre total d'engagements liés aux posts sur le Black Friday, tous réseaux confondus

97948
posts qui ont été publiés sur le Black Friday

87%
Des engagements liés au Black Friday viennent d'Instagram

X2
Le nombre d'engagements a doublé chaque semaine durant les trois semaines précédant le Black Friday

PUBLICATIONS



SECTEURS

Le Black Friday sur Instagram en 2019

LES KOLS ET LEURS AUDIENCES

1163
INFLUENCEURS ONT COMMUNIQUÉ SUR LE BLACK FRIDAY

68% **14%**

ont entre 5 et 100k abonnés

ont entre 100K et 1M abonnés

PARMIS EUX

74%

74% des influenceurs sont des **femmes**

40%

40% des influenceurs ont de **25 à 34 ans**

LES POSTS

65%
d'images

35%
de stories

54%
lifestyle

40%
mode

39%
beauté

LES RÉSULTATS

1,37%
C'est le taux d'engagement moyen des posts Black Friday sur Instagram

Les hashtags les plus engageants :

#cadeauhomme #cadeaubébé #cadeaunoel

TOP 10

LES MARQUES LES PLUS MENTIONNÉES PENDANT LE BLACK FRIDAY EN FRANCE EN 2019

FOREO SWEDEN
iDEAL OF SWEDEN
DW Daniel Wellington
ZARA
FRESHLY COSMETICS
TWISTSHAKE with passion for babies
TOM HOPE
SHEIN
24MX
fitvia

Conclusion

La **Black Week** est une période où les **posts sponsorisés** comme les engagements sont nombreux, en particulier dans les secteurs **lifestyle, mode, beauté et voyage**. Des tendances qui devraient se confirmer lors de la prochaine édition du Black Friday, le 27 novembre 2020. Une occasion à ne pas rater pour les marques qui souhaitent se lancer dans le **marketing d'influence** comme pour celles qui le pratiquent déjà. C'est encore plus vrai en ces temps incertains de crise sanitaire où les **occasions de communiquer** sont moins nombreuses.

Cette infographie a été réalisée en analysant les posts émis sur une période de 7 semaines autour du Black Friday du 29 novembre 2019 par +1.5M de KOLs sur les réseaux (Instagram, Twitter, Facebook, Youtube et TikTok). Sur Instagram, 6349 posts de 2653 influenceurs français, allemands, anglais et espagnols ont été analysés.

Si vous souhaitez recevoir les résultats en intégralité :
marketing@kolsquare.com