

Marketing de l'influence : une niche en croissance confiée à 95% aux stagiaires

Joblift analyse le marché de l'emploi des experts en marketing de l'influence

Berlin, le 1^{er} septembre 2017 – Le consommateur fait aujourd'hui de moins en moins confiance à la voix unique des entreprises. Le marketing d'influence se présente comme solution alternative face aux méthodes marketing plus traditionnelles comme la publicité par exemple. Le méta-moteur de recherche d'emploi [Joblift](#) a étudié les offres d'emploi autour des professionnels du marketing d'influence, publiées les deux dernières années, afin de mesurer si cette pratique en pleine croissance se ressent au niveau de l'emploi. Malgré un domaine qui emploie certes de plus en plus (+ 43% en 24 mois), les entreprises semblent s'y mettre très lentement. Par ailleurs, l'étude met en lumière un poste vague et mal défini, peu centré sur les résultats.

Une niche en croissance confiée à 95% aux stagiaires

Malgré le grand bruit, c'est encore une spécialisation toute nouvelle puisque l'on compte seulement 21 postes dont l'intitulé comporte le terme *d'influencer marketing*, publiés les 24 derniers mois. Une seule de ces annonces s'adressait à des profils seniors et expérimentés, les autres étaient des offres stages. 206 positions intègrent la stratégie de marketing d'influence à des missions plus généralement réseaux sociaux et gestion de contenu. Joblift s'est concentré sur les annonces réellement centrées autour d'une stratégie de marketing d'influence, et a exclu les postes où la simple gestion des relations avec les influenceurs est mentionnée parmi d'autres missions.

Le nombre de publications d'offres a augmenté de 43% en deux ans, avec l'augmentation la plus accrue concentrée sur les six premiers mois de 2016 où les annonces ont plus que doublé (+ 57%). Une niche en croissance donc, où des agences de province auraient intérêt à se développer, puisque la grande majorité (79%) des postes sont à Paris ou en banlieue proche.

Un domaine tenu à 91% par les agences

L'analyse de ces 227 offres a révélé que les secteurs utilisant le marketing d'influence sont à 80% la mode, le luxe et le lifestyle. Une petite part seulement étend donc son expertise à d'autres secteurs (nouvelles technologies, développement durable, électroménager). De plus, les principaux employeurs sont les agences digitales (plus de 90%) et peu de marques.

Cela peut être un signe que les entreprises maîtrisent encore trop peu le sujet et lèguent donc cette mission aux agences.

90% des postes ne requièrent pas de reporting, donc d'obligation de résultat

Les profils sont très axés sur la mise en place de partenariats et la communication avec les influenceurs. Les canaux digitaux, tels que les réseaux sociaux, ou les outils d'analyse web sont à peine mentionnés dans les annonces (5 mentions pour Facebook et Instagram, 3 pour Twitter). Peu (à peine 10%) d'offres intègrent les notions de reporting ou de résultats. Les descriptions se concentrent sur le développement et le maintien de relations ou le suivi et l'exécution de la stratégie, ce qui laisse entendre que la définition de ce poste est encore vague. Cette conclusion rejoint une étude [Rakuten d'août 2017](#) qui met en lumière le peu d'informations à disposition concernant les retours du marketing d'influence. Il est cependant étonnant que les entreprises ne fassent pas explicitement appel à des professionnels pouvant résoudre ce problème.

A propos de Joblift :

Joblift est un méta-moteur de recherche mettant actuellement en ligne plus d'un million d'offres d'emploi. Le site est présent en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Pays-bas, et travaille avec une centaine de sites partenaires. La technologie et l'accompagnement des candidats restent une des priorités. Créé en 2015 par Lukas Erlebach et Malte Widenka, Joblift emploie une cinquantaine de personnes réparties entre Hambourg et Berlin.

Contact presse

Mathilde Brygier

PR Manager France

+33 977 552 568

mathilde.brygier@joblift.fr

Joblift GmbH

Leuschnerdamm 31

10117 Berlin

joblift.fr/presse