



LES FICHES INFOS – DROIT ET OBLIGATIONS

INFOS ÉGÉRIE & BRAND AMBASSADOR

Un ambassadeur de marque client est un individu client de la marque qui réalise plus ou moins bénévolement et spontanément la promotion d'une marque, par le biais du bouche à oreille, auprès de ses "pairs" consommateurs. ... L'ambassadeur de marque joue un rôle de prescripteur auprès de ses proches et connaissances

Chaque marque veut se présenter publiquement sous son meilleur jour. Elle ne souhaite pas seulement convaincre de la qualité de ses produits, mais aussi communiquer les valeurs de l'entreprise et préserver la proximité avec le groupe cible. Dans le marketing moderne, c'est le brand ambassador qui est en charge de cet objectif. Nous expliquons dans cet article comment travaillent ces spécialistes marketing, appelés en France ambassadeurs de marque : comment sont-ils payés, comment devenir soi-même un ambassadeur de marque, et pourquoi les réseaux sociaux réunissent des conditions idéales.

Quelles sont les missions d'un brand ambassador ?

Les ambassadeurs de marque ont pour objectif d'attirer l'attention sur la marque, l'entreprise ou des produits spécifiques. Cela se fait par le biais de spots publicitaires, de publications sur les réseaux sociaux ou bien sur place dans le cadre d'actions promotionnelles : l'objectif est moins de vendre des produits que d'entrer en contact avec le groupe des consommateurs visés.

À cette fin, les ambassadeurs de marque se retrouvent sur le blog de l'entreprise, écrivent sur les canaux des médias sociaux de l'entreprise, ou la présentent lors de salons et congrès. Même lors d'événements publics au cours desquels l'entreprise est active en tant que sponsor ou organisateur, le brand ambassador est présent sur place et présente l'entreprise sous son meilleur jour. Sur Instagram, Facebook et autres, l'ambassadeur de marque s'exprime souvent au nom de l'entreprise, et crée une relation de proximité avec chaque follower.

Souvent, les ambassadeurs alimentent un discours positif sur l'entreprise, des marques ou des produits spécifiques. Sur les médias sociaux, cela se traduit sous forme de contenus divertissants, de posts attrayants agrémentés d'images, vidéos et stories. Lors des salons, ils mènent des discussions, proposent de tester des produits ou distribuent des échantillons gratuits. Dans tous les cas, le brand

ambassadeur s'occupe de la grande visibilité de la marque en définissant et mettant en place la bonne stratégie de communication selon les différents canaux. Cela commence avec les vêtements de marque, se poursuit avec une attitude amicale et positive, et va jusqu'à soigner spécifiquement l'image du groupe cible. Tous ces critères ont pour objectif de renforcer la fidélité des clients à la marque.

Quelles sont les qualités caractéristiques que doit posséder un ambassadeur de marque ?

Un ambassadeur de marque doit avant tout posséder trois qualités essentielles afin de pouvoir devenir le visage de la marque.

1. Il doit être en mesure d'apporter une identification importante à la marque : quiconque travaille comme ambassadeur de marque doit avoir l'air authentique et se ranger derrière la marque et ses valeurs. Pour trouver leur ambassadeur de marque sur les réseaux sociaux, les entreprises utilisent le même procédé de recrutement que pour les micro influenceur. ils cherchent des profils de personnes qui ont une présence positive, un dénominateur commun avec les valeurs et les produits de la compagnie et ont la réputation d'être des spécialistes dans leur domaine. Celui qui est un spécialiste culinaire et poste sur Instagram des recettes et photos de plats savoureux pourra ainsi devenir le brand ambassador d'une marque de nourriture (mais pas automatiquement d'une marque ne vendant que des produits végétaliens). La spécialisation de l'ambassadeur de marque doit correspondre au positionnement de la marque.
2. Il doit être communicatif et disposer d'un bon réseau : pour se rendre à des salons et congrès au nom de la marque, le brand ambassador ne doit pas être timide. La proactivité et une présence positive, de même qu'un haut degré de compétence communicationnelle sont requis. Idéalement, l'ambassadeur dispose déjà d'un bon réseau dans la scène et est reconnu rapidement. Un brand ambassador doit avoir une bonne réputation qui déteint sur la marque. De plus, il doit être capable d'établir rapidement de nouveaux et importants contacts et travailler au maintien de ces derniers.
3. Il doit être informé des dernières nouveautés : pour représenter un produit ou une marque lors de salons ou sur les réseaux sociaux, l'ambassadeur de marque doit être incollable sur eux. Cela veut dire qu'il doit réagir de manière compétente aux demandes et être capable de répondre aux questions techniques. Au lieu de vendre des produits concrets, l'ambassadeur de marque est plutôt un spécialiste qui partage son savoir-faire et son expertise. Celui qui ne connaît pas bien les produits et l'entreprise laisse une mauvaise impression auprès du groupe cible et ne sera pas pris au sérieux. De telles impressions négatives déteignent sur l'image de la compagnie.

Devenir ambassadeur de marque : quelles sont les possibilités ?

Quiconque dispose de ces qualités caractéristiques et de ces compétences relationnelles réunit les conditions idéales pour devenir ambassadeur de marque. Cela peut se faire de différentes manières. D'une part, il est possible d'être trouvé et contacté par des entreprises via les réseaux sociaux. Cela arrive en général seulement si le nom de la personne concernée fait déjà partie de la scène des influenceurs, dispose d'un certain nombre de followers ainsi que de bons contacts. D'autre part, on peut aussi postuler activement pour devenir brand ambassador. Dans la plupart des cas, des expériences dans le domaine de l'événementiel, la promotion ou la gastronomie sont requises. Une formation commerciale est aussi bienvenue.

Beaucoup d'entreprises cherchent également des ambassadeurs de marque directement dans le vivier de leurs employés, dans le cadre d'une stratégie de marque employeur. Les collaborateurs recherchés sont ceux disposant d'histoires à succès à raconter, afin d'être actif sur les réseaux de l'entreprise. La gamme des missions s'étend ainsi des publications sur les blogs et réseaux sociaux jusqu'aux rendez-vous professionnels ou d'autres événements au cours desquels il est demandé de représenter l'entreprise. L'intention d'un tel recrutement en interne est de présenter l'entreprise comme un employeur attractif et la promouvoir ainsi de manière encore plus authentique.

Le salaire d'un brand ambassador varie selon le domaine, la qualification et l'expérience professionnelle. Quelques embauches proposent des primes de rendement variables en plus d'un salaire fixe. En outre, la spécialisation concrète joue un rôle important. Alors que les brand ambassadors des réseaux sociaux sont recrutés occasionnellement pour des postes uniques et rémunérés (parfois très bien selon le nombre de followers), il existe également des agences qui permettent de réserver des ambassadeurs de marque pour des événements uniques. Ici, il doit être clair dès le début de connaître les intérêts et les qualités de la personne

L'école Jaelys offre un programme bachelor sur 3 ans, dédié aux métiers du branding- personal shopper – influenceur – conseiller en image