

Propulser votre jeu vidéo grâce au marketing d'influence

Stratégie et ciblage d'audience

- Prioriser le taux d'engagement (likes, commentaires, partages) plutôt que le nombre d'abonnés pour mesurer la réactivité réelle de la communauté.
- Privilégier les micro-influenceurs (10k-50k abonnés) pour bénéficier d'une audience plus nichée, fidèle et engagée.
- Analyser la démographie et la localisation de l'audience via des outils comme HypeAuditor pour garantir l'adéquation avec votre cible.

Choix des plateformes et préparation

- Utiliser Twitch pour le gameplay en direct et la découverte immédiate du jeu.
- Privilégier YouTube pour les reviews approfondies et le contenu evergreen qui perdure dans le temps.
- Fournir une version anticipée du jeu aux influenceurs pour leur permettre d'appréhender le titre et d'améliorer la qualité du contenu final.

Briefing et authenticité

- Définir des directives créatives claires sans brider l'influenceur pour préserver son ton naturel.
- Laisser une liberté totale sur la mise en scène pour garantir l'authenticité, facteur clé de la conversion dans le gaming.

Mesure de performance et conformité

- Intégrer systématiquement des liens traçables (UTM) ou des codes promo uniques pour mesurer précisément le ROI et le trafic généré.
- Assurer la conformité légale en imposant des mentions claires de la nature publicitaire du contenu (#ad ou #partenariat) selon les règles de l'ARCOM.