

# Comment devenir un influenceur sur les réseaux sociaux ?

By Mattauer Delphine on 6 octobre 2014  
Digital, Social Media

L'influence peut être une chose facile à cerner. Il peut y avoir différentes façons d'influencer qui peuvent devenir plus ou moins complexes et avoir multiples dimensions. Alors que toute marque souhaite devenir influente sur la Toile, voici quelques éléments essentiels et basiques à retenir.

L'internaute devient influenceur via plusieurs caractéristiques essentielles.



## Acquérir de la crédibilité

C'est l'expertise de l'influenceur dans un domaine de connaissances ou d'activité spécifique. Cependant, un individu ne peut prétendre être un influenceur dans tous les domaines.

## Maîtriser la bande passante

C'est la capacité de l'influenceur à transmettre ses connaissances, ses informations d'expert à travers un canal social. Les influenceurs actifs dans un canal peuvent même ne pas répondre présents sur un autre canal. Dès lors, l'influenceur n'est pas seulement spécifique à un domaine de prédilection, il est spécifique à un canal social. La cible devient influencée grâce à plusieurs facteurs.

## La pertinence de l'information

Dans quelle mesure les besoins d'information de la cible coïncident avec l'expertise de l'influenceur ? Si les informations fournies par l'émetteur ne sont pas pertinentes, alors le contenu sera perçu comme un spam ou encore un contenu à ignorer.

## Le bon timing

C'est la capacité de l'influenceur à livrer son contenu d'expertise à sa cible au meilleur moment, lorsque la cible en a besoin. Il existe un temps relativement court entre le moment M pour un contenu et le moment où celui-ci, même pertinent, sera vu comme indésirable. En d'autres termes, on parle de pertinence temporelle.

## Le bon endroit

Le canal est essentiel afin que l'émetteur soit entendu et prit en considération. Si la cible n'est pas présente sur le canal, alors l'information ne sera pas entendue, car elle n'aura pas atteint la cible.

## La confiance

Dans quelle mesure et combien la cible fait-elle confiance à l'influenceur par rapport à son besoin d'information ? Même si l'influenceur est crédible, fort de notoriété, la cible doit avoir confiance en lui. Sans cela, aucune information de l'émetteur ne sera lue et partagée par la cible.

## Le manipulateur, le côté noir de l'influenceur

Il est important de prendre mesure de la différence entre la manipulation et l'influence. En effet, l'influence est le processus par lequel un individu fait adopter un point de vue, une idée par un autre via la persuasion, la conviction, sans avoir recours à la force. Un manipulateur retrouve le même processus que l'influenceur mais son intention n'est pas du même type. En effet, une entreprise manipulant ses clients et internautes, n'a pas une intention. Une entreprise se veut manipulatrice lorsqu'elle utilise ses internautes à des fins non avouées et en les trompant. Manque de transparence de l'intérêt de l'enseigne, les internautes peuvent réfléchir à deux fois avant de faire appel à ses services ou produits