



We identify the best influencers for your brand

BEST CASE AB CONCERTS

B2C

STRATÉGIE D'INFLUENCE



MISSION

#SeeYouInTheNextLive

Les influenceurs ont reçu la mission de partager avec leur communauté ce qui leur a le plus manqué lors des concerts à l'Ancienne Belgique.

Danser dans la foule, rencontrer des amis, chanter ? Ils ont également partagé le contenu spécialement créé par AB Concerts pour leur remonter le moral et leur rappeler de bons souvenirs avant la réouverture de la scène culturelle.



Objectif de la campagne:

Soutenir et rappeler AB Concerts dans l'esprit des Belges en cette période de crise pour le secteur culturel.

NOTRE SOLUTION

Notre stratégie de campagne d'influence comprenait:

- Instagram -> Meilleure plateforme de sensibilisation
- Story d'IG -> Le meilleur format pour engager l'interaction avec le public
- Post d'IG -> Le meilleur format pour atteindre le plus grand nombre de personnes
- 6 micro-influenceurs -> Catégorie d'influenceurs qui a le plus d'interaction avec le public
- 1 macro influenceurs -> Catégorie d'influenceurs qui créent une prise de conscience
- Timing : Janvier / février
- Contenu : 5 stories (à glisser)
- 1 post

RÉSEAUX

Instagram

TikTok
Facebook
YouTube
Boosted post
IGTV
Live
Blog
LinkedIn
Store visit
Event Attendance



PROCESSUS DE CAMPAGNE

Nous avons contacté plusieurs influenceurs (lifestyle, étudiants, travailleurs...) des personnes qui aiment le monde de la musique et qui s'amusent bien aux concerts. Ils nous ont parlé de leurs souvenirs à l'Ancienne Belgique, de leurs habitudes avant d'aller au concert et de ce qu'ils souhaitent le plus faire lors du prochain live. Ils ont illustré le concept en interagissant avec leur public (en posant des questions sur leurs posts et via des stories, en parlant de la façon dont ils ont manqué cela et pourquoi AB Concerts est important pour eux).

RÉSULTATS

Nos influenceurs ont montré à quel point l'Ancienne Belgique est une salle de concert de premier plan en Belgique et combien ils ont tous regretté de ne pas pouvoir y assister à un bon concert. Heureusement, ils ont partagé des contenus tels que des vidéos ainsi que des listes de lecture dans des swipe-up spécialement créés pour nous faire plaisir en attendant la réouverture de leurs portes. Ils ont illustré le concept de plusieurs façons, toujours à leur propre image : certains ont dansé, d'autres sont allés sur place et d'autres encore ont montré leurs habitudes d'avant concert.

Au cours de la campagne, 7 posts et 39 stories ont été générés, avec 14,3% E.R. en vues uniques. Un nombre élevé de likes (3 709) et de commentaires (165) montre que le public a aimé le contenu et s'est fortement impliqué dans le sujet.



INFLUENCEURS

7



IMPRESSIONS

1 309



E.R.

3,7 %



VUES UNIQUES

85 694

MOODBOARD

AB CONCERTS

