

YouTubeuses Mode/Beauté Une relation de confiance

En créant une relation privilégiée et unique avec leurs publics, les YouTubeuses Mode/Beauté ont su développer des audiences larges et engagées autour de leurs contenus. Ces dernières années, elles ont pris une place originale dans le paysage médiatique et créé de nouvelles opportunités de visibilité pour les marques avec les partenariats YouTubeurs.

NPA Conseil consacre au phénomène une étude exclusive afin d'aider les marques à mieux appréhender ce nouveau mode de communication.

L'étude NPA Conseil :

- compare l'efficacité digitale d'écosystèmes de YouTubeuses Mode, de médias et de célébrités : puissance engagement et activité des marques.
- révèle les résultats de la plus grande enquête jamais réalisée auprès des audiences de YouTubeuses : leur profil, leurs usages de YouTube et des autres médias sociaux, leur perception par rapport aux marques... (16 263 répondants - Enquête online auprès des publics de YouTubeuses mode françaises réalisée du 24 décembre 2015 au 13 janvier 2016)

Ces résultats sont analysés et mis en perspective en regard de la consommation media des 15-24 ans et des entretiens conduits auprès de professionnels du marketing ayant réalisé des opérations avec des YouTubeuses.

Sommaire

1. La consommation media des 15-24 ans

- 1.1. Toujours plus de web et de mobile
- 1.2. Un marché publicitaire qui se digitalise

2. Les partenariats Youtubeuses : un marché riche et structuré

- 2.1. De multiples opportunités de visibilité pour les marques
- 2.2. De nouvelles manières de travailler pour les marques
- 2.3. Un marché structuré autour des Multi Channel Network

3. Les YouTubeuses mode/beauté : des écosystèmes qui dépassent la seule chaîne YouTube

- 3.1. Des dispositifs différenciés
- 3.2. Les YouTubeuses, véritables « stars sociales »

4. Les audiences des YouTubeuses

- 4.1. Profil de l'audience des YouTubeuses mode
- 4.2. Leur utilisation de YouTube et les vidéos
- 4.3. Leur rapport avec les marques

5. Opérations de partenariats : retours d'expériences

- 5.1. Opération Finger Tutting par Sephora France pour Formula X
- 5.2. Les marques et les opérations YouTubeuses

Quel rôle pour les MCN ?

Comment mesurer le résultat ?

DOSSIER NPA – JANVIER 2016

BON DE COMMANDE

A RETOURNER PAR FAX AU 01 41 31 08 51

Je commande le Dossier NPA – **YouTubeuses Mode/Beauté**, au prix de **1 000€ HT**

RAISON SOCIALE _____

ADRESSE DE FACTURATION _____

NOM _____ PRENOM _____

Tel _____

Mail _____

DATE & SIGNATURE, avec la mention «Bon pour accord»