

MAISON DE L'INFLUENCE

Communiqué de presse
Paris, le 12 Mars 2020

MAISON DE L'INFLUENCE

TROIS NOUVEAUX BUDGETS POUR LA MAISON DE L'INFLUENCE

La Maison de l'Influence a signé trois nouveaux partenariats avec Cookies Make Up, la marque de cosmétique préférée des Youtubeuse, Kallima Cosmétique, une marque engagée qui œuvre pour sublimer les cheveux et Baby Planner, une entreprise de services aux futures mamans. L'agence poursuit sa croissance et séduit de plus en plus d'entreprises.

La Maison de l'Influence signe trois nouveaux partenariats avec Cookies Make Up, Kallima Cosmétique et Baby Planner & Co

En proposant du maquillage en vogue à des prix très abordables, Cookies Make Up est devenue la marque préférée des Youtubeuses. Jusqu'alors très présente auprès des Youtubeuses comme Sananas et influenceuses de télé-réalité comme Jessica Thivenin ou Milla Jasmine, la marque a décidé de changer son positionnement en faisant appel à la Maison de l'Influence pour réaliser de nouvelles campagnes auprès d'une dizaine de micro-influenceuses.

L'agence d'influence a également signé avec la marque Kallima Cosmétique. Cette marque familiale engagée propose à ses clients.es un sérum cheveux composé majoritairement d'huile d'argan bio, enrichie de produits naturels aux puissantes vertus pour les cheveux.

En plus de ces deux marques de cosmétique, la Maison de l'Influence a signé un partenariat avec l'entreprise Baby Planner & Co. Cette entreprise créée par une jeune maman-entrepreneur aide au mieux à appréhender tous les sujets qui gravitent autour de la naissance et de la maternité, en proposant un accompagnement durant la grossesse ou après.

La Maison de l'Influence conforte sa place de pionnier de la micro-influence

La Maison de l'Influence poursuit sa croissance en signant avec ces trois nouvelles entreprises. Les entreprises sont séduites par les gains de proximité et d'authenticité qui résultent des campagnes menées par cette agence. Pour Aviel Bensabat, Président-Fondateur de la Maison de l'Influence, «le fait que de nombreuses entreprises fassent appel à nous démontre l'importance pour ces dernières de se rapprocher de leurs clients. Grâce aux campagnes que nous mettons en place, les entreprises gagnent en authenticité. De plus, ces opérations permettent d'accroître leur capital sympathie auprès de leur communauté ».

MAISON DE L'INFLUENCE

La Maison de l'Influence possède près de 5000 influenceurs.ses et se positionne comme leader sur le marché de la micro-influence.

Contact presse

presse@maisondelinfluence.com