

CISION®

# Influencer Marketing 101

Tipps für PR-Profis



# Influencer Marketing 101

Befinden wir uns an der Schwelle zum goldenen Zeitalter des Influencer Marketings? Wenn man bedenkt, dass die Branche bis 2022 schätzungsweise 15 Milliarden Dollar wert sein wird, deuten alle (Dollar-)Zeichen auf "Ja" hin. Wir haben einige Tipps, Fakten und Statistiken zusammengestellt, die Sie nutzen können, um auf der steigenden Welle des Influencer Marketings mitzureiten - oder auch, wenn Sie gerade erst damit anfangen.



## Kennen Sie Ihren Influencer-Typen

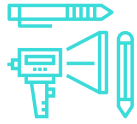
Mit dem kontinuierlichen Wachstum der Influencer Marketing-Branche werden immer mehr Unterkategorien von Influencern definiert. Während prominente Influencer mit Millionen von Followern weiterhin in Marketingkampagnen eingesetzt werden, wenden sich viele Marken an Mikro- und sogar Nano-Influencer, um ein gezielteres Nischenpublikum zu erreichen.



## Finden Sie heraus, welcher Influencer für Ihre Marke bzw. Ihre Kampagne geeignet ist

Ein Makro-Influencer (100-500 tsd. Follower) hat vielleicht eine größere Fangemeinde und hochwertigere Inhalte, aber seine Engagement-Rate ist wahrscheinlich niedriger als die eines Mikro- Influencers (5-100 tsd. Follower). Nanoinfluencer (unter 5 tsd. Follower) haben natürlich eine viel kleinere Fangemeinde als die zuvor genannten Gruppen, können aber sehr effektiv für die Ansprache bestimmter Zielgruppen eingesetzt werden.

# Influencer Marketing 101



## Planen Sie Ihre Influencer Marketing-Kampagnen wie jede andere Kampagne auch

Sie haben einen Content-Kalender. Sie planen und veröffentlichen Ihre Beiträge in den sozialen Medien mit einem digitalen Tool. Ihr Event Marketing wird Monate im Voraus geplant. Verfolgen Sie beim Influencer Marketing denselben Ansatz. Planen Sie verschiedene Influencer Kampagnen zu geeigneten Zeiten im Jahr oder zu Meilensteinen des Unternehmens (z. B. Feiertage, Produkteinführungen, Ankündigungen von Partnerschaften oder popkulturelle Ereignisse wie das OMR-Festival oder der Kommunikationskongress in Berlin).



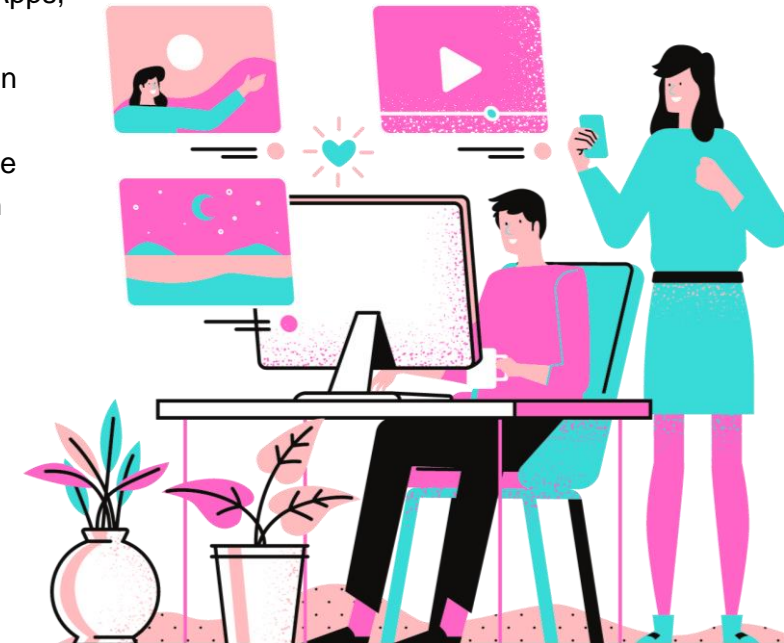
## Setzen Sie sich Ziele, was Sie von Ihren Influencer Marketing-Kampagnen und -Initiativen erwarten

Wollen Sie Ihre Marke bekannter machen? Wollen Sie den Absatz steigern? Je klarer Sie Ihre Ziele definieren können, desto genauer können Sie den Influencer-Typ und die Strategie bestimmen, die für Ihr Unternehmen geeignet sind.



## Nutzen Sie Influencer Marketing Tools, Apps und Agenturen

Da die Influencer Marketing-Branche wächst, kann es schnell überwältigend werden, wenn man nicht weiß, wie man die Vorteile dieser Branche nutzen oder wo man anfangen soll. Glücklicherweise gibt es inzwischen eine Reihe von Unternehmen, Agenturen und Apps, die es erleichtern, die richtigen Influencer zu finden, mit ihnen in Kontakt zu treten, effektive Kampagnen zu erstellen und die Ergebnisse Ihrer Bemühungen zu messen.



# Treten Sie mit den relevanten Journalisten, Influencern und Meinungsmachern in Kontakt

Recherchieren Sie die passenden **Journalisten und Influencer** anhand **detaillierter Profilinformationen und smarter Suchfilter** – mit der **Mediendatenbank von Cision**.

Mit **mehr als 1,6 Mio. Einträgen** eine der größten Medien- und Journalistendatenbanken weltweit. Profitieren sie von Profildaten, die Auskunft über Kontaktinformationen, Themen/ Ressorts und die jeweiligen Zielgruppen geben.

**Optimieren sie auf Basis der umfangreichen Profil-Informationen von Journalisten und Meinungsmachern Ihre Ansprache und Kontaktaufnahme.**

- Mehr als 1,6 Mio. gepflegte Einträge von Journalisten- & Medienkontakten weltweit
- Journalisten und Influencer aus Print, Rundfunk und Online-Medien
- Erstellen Sie auf einfache Weise strukturierte Verteiler dank effektiver Suchfilter



# Influencer Marketing 101



## Das Ansprechen von Influencern ist zu einem wichtigen Aspekt des Influencer Marketings geworden

Die Art und Weise, wie Sie mit den Influencern, mit denen Sie zusammenarbeiten möchten, in Kontakt treten und ihnen eine Partnerschaft vorschlagen, wird die Grundlage für die gesamte Beziehung legen. Immer mehr Marketingorganisationen nutzen Datenbanken und Pitching-Tools, die denen für die traditionelle Medienarbeit ähneln, um Influencer anzusprechen.



## Die Nachfrage nach Inhalten steigt und bringt die Nachfrage nach Influencern mit sich

Die Nachfrage nach Inhalten steigt weiter, da sich immer mehr Menschen in den digitalen Raum einklinken. Durch diesen Anstieg der Nachfrage nach Inhalten und Unterhaltung befinden sich Influencer in einer guten Situation. Bei so vielen Kanälen und kreativen Ansätzen, um mit dem Publikum in Kontakt zu treten, werden Marken aufmerksam und formulieren ihre eigenen Influencer-Strategien.



## Messen Sie die Kennzahlen Ihrer Influencer-Kampagnen

Unabhängig davon, ob Sie ein einfaches Ziel wie Direktverkäufe oder ein breiteres Ziel verfolgen, sollten Sie ein System zur Nachverfolgung der Kennzahlen einer bestimmten Influencer Marketing- Kampagne einrichten. Verwenden Sie ein Software-Tool, um die Impressionen, das Engagement und die Klicks zu beobachten, die Ihre Influencer durch Ihre Bemühungen generieren.



# Influencer Marketing 101



## Prüfen Sie Ihre Influencer im Voraus

Stellen Sie sicher, dass die Influencer, die Sie für Ihre Marke auswählen, mit der Mission und den Werten Ihrer Marke übereinstimmen. Eine gute Influencer-Plattform kann Ihnen die Suche und Überprüfung von Influencern ersparen, die Sie selbst durchführen müssen. Achten Sie darauf, dass die Bedingungen der Partnerschaft mit dem Influencer klar und vertraglich einwandfrei sind.



## Die breite Öffentlichkeit verlässt sich bei ihren Kaufentscheidungen immer mehr auf Influencer

Die breite Öffentlichkeit orientiert sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend an Influencern. In vielen Fällen haben Influencer einen ebenso großen (oder größeren) Einfluss auf Kaufentscheidungen wie Freunde und Familie. Ein Foto-Influencer mit einem treuen Publikum wird zum Beispiel einen großen Einfluss auf die Verkaufszahlen haben, wenn ein bekannter Kamerahersteller ihn mit einem Testbericht für ein neues Modell beauftragt.

## Entscheiden Sie, wie Sie den ROI einer Influencer Marketing-Kampagne messen

Legen Sie genau fest, was Sie mit einer Influencer Kampagne erreichen wollen. Für die meisten Marketingorganisationen ist die Steigerung des Umsatzes das wichtigste Ziel aktueller Influencer Kampagnen. Das Erreichen weiterer wichtiger Ziele, wie das Schaffen von Markenbewusstsein und die Entwicklung von Kundentreue, kann ebenfalls das Ergebnis einer erfolgreichen Influencer Kampagne sein (auch wenn diese Metriken schwer zu messen sind).

# Influencer Marketing 101



Die Pflege langfristiger Beziehungen zu Influencern ist eine effektive Strategie

Auch wenn es gute Ergebnisse bringen kann, einen Influencer für eine Kampagne zu engagieren, wird es immer glaubwürdiger, Influencer zu finden, die ein Fan Ihrer Marke sind, um dadurch mit ihnen an einer immerwährenden Beziehung zu arbeiten. Betrachten Sie diese Influencer als Botschafter Ihrer Marke, die Ihre Produkte das ganze Jahr über präsentieren.

Sie wollen noch mehr zum Thema Influencer Marketing und Social Media Management erfahren? Dann holen Sie sich unsere kostenfreie Toolbox rund um diese Themen. Vollgepackt mit Best Practices, Tipps, Interviews, Infografiken, Webinaren und vielem mehr.



[ZUR TOOLBOX](#)





Als weltweit führender Anbieter von Technologien und Informationen für PR-, Marketing und Social-Media-Management unterstützt Cision Marken und Unternehmen dabei, Kunden und Stakeholder zu identifizieren, mit ihnen in Kontakt zu treten und sich zu vernetzen, um Geschäftsergebnisse zu erzielen. PR Newswire, ein Netzwerk von über 1,1 Milliarden Influencern, eingehendes Monitoring und Analyse und die Social-Media-Plattformen Brandwatch und Falcon.io bilden die Spitze eines erstklassigen Lösungsangebots. Cision hat Niederlassungen in 24 Ländern in Nord- und Südamerika, EMEA und APAC.

Für weitere Informationen über die preisgekrönten Leistungen von Cision, einschließlich der Cision Communications Cloud®, besuchen Sie [www.cision.de](http://www.cision.de).

[GRATIS DEMO ANFORDERN](#)

