

3.10 Influencer-Marketing:

Diese Marketing-Methode stammt von mir selbst. Sie basiert darauf, dass Sie einen sogenannten "Influencer" für Sie kommunizieren lassen. Ein "Influencer" ist eine Person mit einem hohen Einfluss auf eine bestimmte Zielgruppe, seiner sogenannten Nutzerbasis. Ein Influencer könnte als "Beeinflusser" bezeichnet werden, eine Person, die das Meinungsbild anderer Personen prägt. Zu der Gruppe von "Influencern" zählen Schauspieler, Sportler, aber auch bekannte Persönlichkeiten des Social Media, sowie Personen, die in bestimmten Kreisen hohe Beliebtheit genießen.

Diese Strategie eignet sich aber vor allem für das Social Media, da dort die meisten Interessengruppen vertreten sind und jede dieser Gruppen eigene Vorbilder/Influencer besitzt.

Lassen Sie mich dazu ein kleines Beispiel machen: Nehmen wir einmal ein bekanntes Model, dieses Model wird vermutlich einen großen Einfluss auf junge Mädchen haben, die ebenfalls an einer Modelkarriere interessiert sind, oder die das Model einfach bewundern.



Foto



♥ Gefällt 100.728 Mal

svetabily After 15 h flight all I need is @fittea #fittea



Auf diesem Bild können Sie dieses Beispiel erkennen. Auf dem Bild ist ein bekanntes Model zu sehen. Auffallend ist, dass auch noch ein Tee neben ihr abgebildet ist, der dadurch unterbewusst vermarktet wird. Mit dem zusätzlichen Text "After a 15 h flight all i need is fittea" wirbt das Model für diesen Tee. Viele Ihrer Abonnenten werden den Content dieses Bildes so verstehen: "wenn das

Erste was sie nach einem 15 Stundenflug tut, dass trinken dieses Tee ist, dann muss dieser enorm wichtig für ihre Figur sein und ich muss mir diesen unbedingt auch kaufen, um meine Traumfigur zu erreichen".

Diese Art des Marketings ist enorm erfolgreich, weil sie den Kunden unterbewusst anspricht und genau auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist. Viele Abonnenten des Modells werden ebenfalls ein großes Bewusstsein für ihren Körper haben und das Modell für den ihren bewundern. Um ebenfalls so auszusehen würden sie beinahe alles kaufen und hier haben sie anscheinend den Beweis, dass dieser Tee genau das bewirkt. Dieses Beispiel stellt die Perfektion des Influencer-Marketings dar, denn das Medium (das Modell) und die Zielgruppe sind klar definiert.

Wie sollten Sie also bei dieser Art des Marketings vorgehen? Überlegen Sie sich zu allererst einmal was Ihre Zielgruppe ausmacht und wie diese definiert ist. Dann suchen Sie sich einen geeigneten Influencer. Doch zuerst müssen Sie sich darüber informieren auf welchen Kanälen Ihre Zielgruppe aktiv ist, da Ihr Influencer auch auf diesem Kanal einen Einfluss haben muss, es bringt Ihnen nichts wenn Ihre Zielgruppe vor allem auf Instagram aktiv ist, Ihr Influencer dort aber nicht einmal vertreten ist. Stellen Sie dann den Kontakt mit dem Influencer her und diskutieren Sie ein Angebot aus. Stellen Sie den Content noch richtig dar (Ihr Produkt und die Kundenbedürfnisse sollten im Zusammenhang mit dem Influencer und zueinander stehen) und Sie können Ihre Marketingkampagne starten.

Wo finden Sie einen geeigneten Influencer? Nachdem Sie Ihren Kanal definiert haben beginnen Sie mit der Suche von geeigneten Influencern, dazu eignet sich zu erst einmal eine generelle Suche. Geben Sie dazu einige Schlagwörter ein, die in Verbindung zu Ihrem Produkt oder Ihren Leistungen stehen. Nehmen wir an Sie sind der Hersteller von hochwertigen Proteinriegeln, Ihre Zielgruppe dürfte demnach aus Personen bestehen, die an dem Thema Muskelaufbau, gesunde Ernährung und Sport interessiert sind. Nun suchen Sie sich Ihren geeigneten Influencer und wählen einen passenden Werbekanal. Hierfür würde sich

beispielsweise Instagram sehr gut eignen, da auf diesem Medium mit Bildern gearbeitet wird und Sie Ihr Produkt gut in Szene setzen können. Bei der Wahl des Influencers suchen Sie nun nach passenden Schlagwörtern, sogenannten Keywords, wie: Fitness, Gesundheit, Vitalität, Kraftsport oder Bodybuilding. Instagram wird Ihnen die beliebten Profile dazu anzeigen. Schauen Sie sich die Profile an und entscheiden Sie sich ob die Person sich für eine Kooperation eignen würde. Nehmen wir einmal an Sie finden einen Bodybuilder, der genau Ihren Anforderungen entspricht und der über eine große Nutzerbasis verfügt, sagen wir einmal sein Kanal hat 100.000 Abonnenten. Tretten Sie in Kontakt mit dieser Person (meist sind E-Mail-Adressen hinterlegt) und überlegen Sie sich bereits im Vorfeld wie Ihre Kooperation aussehen soll. Stellen Sie Ihn und Ihre Proteinriegel gut in Szene, indem Sie beispielsweise ein Trainingsbild posten und im Hintergrund Ihre Riegel liegen. Fügen Sie noch einen Text hinzu, der die Kundenbedürfnisse wecken soll und schon können Sie den Content teilen.

Tipp: Influencer sind in der Regel nicht sehr billig, versuchen Sie ihn deshalb von Ihrem Produkt zu überzeugen, sodass dieser nicht nur des Geldes wegen mit Ihnen kooperiert. Kommunizieren Sie dadurch am besten durch Ihre Vision und Ihre Werte, sodass der Influencer sich mit diesen identifiziert und eine Kooperation für Sie weitaus preiswerter wird.

Bieten Sie ihm unter Umständen sogar eine ganz andere Art der Zusammenarbeit an, indem Sie ihn beispielsweise an dem Gewinn beteiligen oder in besonderen Ausnahmefällen, sollte z.B. der Influencer einen enormen Einfluss genießen, den Influencer sogar Gesellschaftsanteile zusichern. Um dies Ihnen kurz einmal zu verdeutlichen will ich Ihnen ein eigenes Beispiel nennen. Ich befinde mich momentan in einem Projekt, welches ich als mein erstes Lebensprojekt bezeichnen würde. Dabei handelt es sich um eine App, die einen enormen Mehrwert für die Gesellschaft bieten könnte. Um möglichst viele Leute zu erreichen habe ich im Vorfeld einige Strategien entwickelt (wir befinden uns momentan noch in der Entwicklung) und eine dieser Strategien ist das Marketing über mehrere Influencer. Ein Influencer besitzt jedoch einen so enormen Einfluss, dass ich ihm 7,5% meiner

Gesellschaftsanteile anbieten werde, um ihn im Boot zu haben. Diese Person erreicht wöchentlich mehrere Millionen Menschen und ist beinahe jeder Person ein Begriff. Eine Zusammenarbeit mit einem so einflussreichen Influencer hätte mehr Auswirkungen als beispielsweise eine Venture-Capital-Finanzierung. Die Person steht zudem für die Werte und die Vision meiner App. Nach langem forschen konnte ich die Mail dieser Person herausfinden und mit ihr in Kontakt treten, sodass ich mir eine Zusammenarbeit sichern konnte, und wer weiß vielleicht werden auch Sie eines Tages diesen Content zu sehen bekommen.

Was ich Ihnen damit sagen will: Denken Sie bei dieser Methode des Marketings immer groß, dann können Sie unter Umständen enorm davon profitieren.

Fazit: Der Einfluss der "Influencer" auf unsere Gesellschaft steigt von Tag zu Tag und es sind heutzutage nicht nur die bekannten Fußballer und Schauspieler unserer Zeit, sondern auch "normale" Personen, die eine gewisse Zielgruppe ungemein fesseln und in bestimmten Kreisen schon fast als Stars verehrt werden.

Suchen Sie sich Influencer, die Ihre Leistungen präsentieren und versuchen Sie mit ihnen zusammenzuarbeiten. Sie können kaum etwas verlieren, nur enorm profitieren. Diese Art des Marketings mag nicht auf jedes Geschäftsmodell anwendbar sein, sollte Ihres jedoch dazu gehören, so erwägen Sie eine Implementierung in Ihre Marketingpläne. Gerade durch eine solche Strategie können Sie sich mit Leichtigkeit von Ihrer Konkurrenz absetzen und innerhalb kürzester Zeit eine riesige Menge an neuen Kunden gewinnen. Sehen Sie diese Strategie als Herausforderung und gleichzeitig als Perfektion des Marketings, unserer heutigen Zeit an.

Zusammenfassung

- Lassen Sie einen Influencer für Sie kommunizieren, dieser hat einen enormen Einfluss auf sein Nutzerbasis und somit Ihre Zielgruppe
- Wählen Sie den Influencer bewusst aus und überzeugen Sie ihn von Ihren

Leistungen

- Gewinnen Sie mit dieser Technik, innerhalb kürzester Zeit, eine enorme Anzahl von Neukunden
- Finden Sie einen Influencer, der für Ihre Werte und Ihre Vision steht, so können Sie unter anderem Ihre Kosten senken
- Kaum eine Marketingmethode beeinflusst Ihre Zielgruppe mehr