

a m b u z z a d o r

Felicitas Kilga
Kundenberater und Blogger
Expertin



**Influencer
& Blogger**

**Real-Time
Marketing**



**Performance
Campaigning**

Communities

SOCIAL MEDIA Strategist
Influencer Relations
Scrum Master Campaigning
B2C communication
Design Thinking
Digitale Trends



CAMPAIGN MANAGER

BLOGGER RELATIONS AUS EXPERTENSICHT – DO'S UND DON'TS FÜR BLOGGER

FELICITAS KILGA

Head of Influencer Relations, Ambuzzador

Der Start einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit Bloggern beginnt mit der Auswahl der passenden Partner. Der Blogger oder die Bloggerin und die Marke müssen dieselben Werte vertreten, damit die gemeinsame Story auch stimmig ist. Ganz besondere Kooperationen entstehen, wenn der Blogger sich als echter Fan der Marke entpuppt – ein wahrer Glücksfall. Ausschlaggebend ist auch die Community, die der Blogger aufgebaut hat. Für uns die wichtigste Frage: Entspricht die Community auch der Zielgruppe der Kampagne oder der Blogger Relations Strategie? Ist sie relevant für unsere Kunden? Das heißt nicht, dass es nur um die Größe geht. Je nach Ziel ist Reichweite nicht alles. Wichtiger ist, dass der Blogger und seine Zielgruppen zu der Marke passen.

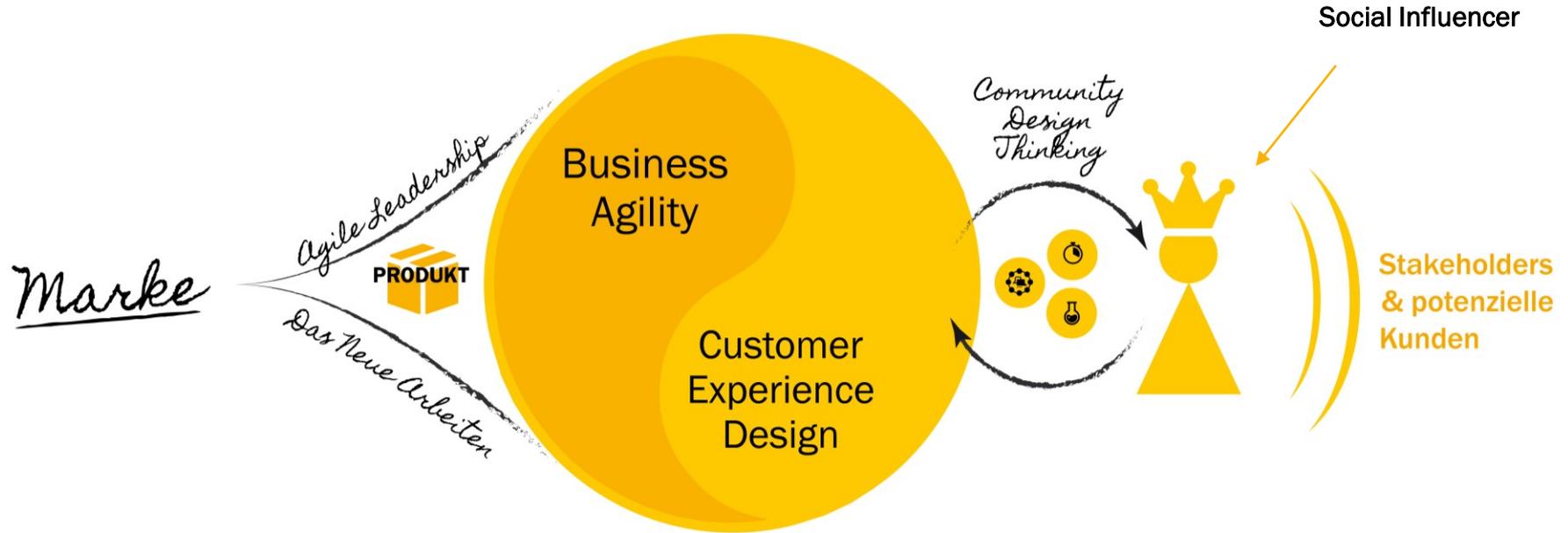


Influencer & Blogger

Das Thema Influencer Marketing ist schon seit einiger Zeit eine **Bestseller für Unternehmen und Marken**. Die werden es auch heute noch gerne zu wissen, wie man es richtig macht. Dieses Gefühl ist alleine der **größten Influencer Marketing-Veranstaltung** der Welt in dieser Ausgabe über „Influencer Marketing – Status Quo, Trends und Zukunft“ im **Marketing-Event 100 von Social Trademark Group**. **Stich in Fleisch** – gelangen und stellen die Frage in der Form: **was ist eigentlich ein Influencer?**

Wie schaut's denn aus mit Digital und Influencer?

Social Influencer: der direkte Draht zu den Kunden.





Was ist ein Social Influencer

Der feine Unterschied zwischen Blogger und Social Influencer



Social Influencer vs. Micro Influencer

Auf was soll ich setzen? Der Mix macht es aus!

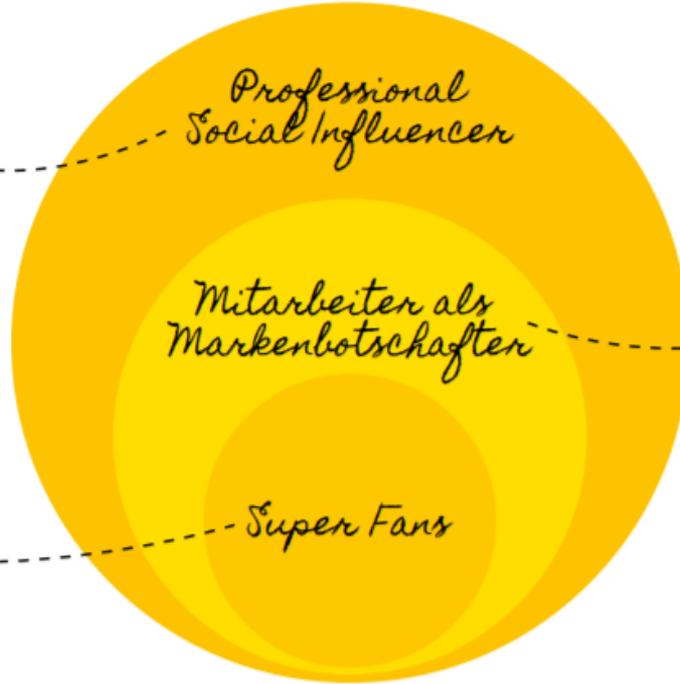


Die Zeit ist reif für Vielfalt im Influencer Marketing 2.0.

Relevante Reichweite
in (neue) Communities

Micro Influencer

Authentische
Markenreflexion



Beziehungsaufbau
zur Community



Influencers als Verstärker und Vertrauensbringer

Blogger sind die neuen Testimonials! Aber was steckt wirklich dahinter?

Warum Influencer Relations?

Influencer und Community Relations als eigenständige Kampagnen.

Blog Postings haben **SEO-Wert**. Sie erhöhen die Sichtbarkeit Ihrer Angebote im WWW.

Influencer Relations: Authentische Inhalte basierend auf kreativer Freiheit.

Authentisches **Storytelling** durch bekannte Gesichter der österreichischen Social Influencer Szene.

Neue Zielgruppen-Ansprache möglich.

User Generated Content ist um **50 % einprägsamer** und um **59% vertrauenswürdiger** als andere Medien.*

Social Influencer zu inspirieren bedeutet, die Community zu inspirieren.

Neue Content-Formate leicht umsetzbar.

Erfolgreiches Influencer Marketing

Die strategischen Bausteine zum Erfolg!



AUSWAHL

von markenaffinen Bloggern, die in das Markenbild passen.



WERTSCHÄTZUNG

gegenüber den Blogger erbringen. Im Endeffekt ist er auch die Zielgruppe.



KREATIVE IDEE / KONZEPT

zur Kooperation mitgestaltet durch Blogger.



FREIHEIT

in der Gestaltung für Blogger, keine Kontrolle des Content.



STORY-TELLING-Einsatz.

Quick Check / Auswahl Social Influencer

Oder anders gesagt... Was braucht es wirklich?



Brand-fit



Qualitätsanspruch



Relevanz



Exklusiv



Zielgruppe



Authentizität



Perlen des Influencer-Marketings
@influencerperlen

Startseite

Beiträge

Videos

Fotos

Info

Community

Eine Seite erstellen

Quality

Gefällt dir Abonniert Teilen

Nachricht senden

Beiträge



Perlen des Influencer-Marketings

6 Std. · 🌐

Nach den Coral-Influencern kommen nun die #MilkaMädels! Als ich nehme ihr ab, dass das ein spontaner Überraschungsbesuch ist, das Leben schreibt noch immer die schönsten Geschichten!

#LivetheMilkaLife #HeißtSpontanNichtGeplant #dasechteLeben #authentischbisindieBuchungsbestätigung

(Quelle: <https://www.instagram.com/p/BeBO2XMgF7T>, Autor: <https://www.instagram.com/valentinapahde>)



Gefällt mir Kommentieren Teilen

Darstellende Künste



INFO PERLEN DES INFLUENCER-MARKETINGS

Our Story

Diese Seite zeigt lustige, absurde und einfach unterhaltsame Beispiele aus der wunderbaren Welt der Influencer. Mehr anzeigen

Community

Alle anzeigen

Lade deine Freunde ein, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

52.126 Personen gefällt das

55.784 Personen haben das abonniert

Warum eine Influencer Strategie wichtig ist...
... damit wir nicht auf den besonders lustigen Facebook Seiten landen

Spott Ihre Story, Ihre Informationen, Ihr Hässerei? feedback@heute.at
30. Januar 2018 17:00; Akt: 30.01.2018 17:02

Wie Influencer "Milka" im Netz blöd dastehen lassen

Mit #Milkaschmeckwie wollte der Schokoladenhersteller eine Web-Werbekampagne starten. Die geht nun gehörig nach hinten los, sorgt für Spott.



Schokoladeverbung? Sollte authentisch sein, zeigt die Causa Milka. (Bild: iStock)



Foto-Wettbewerb Spektakuläre Bilder, die es ohne Drohnen nicht gäbe

Im Netz lief ein Wettbewerb um die besten Drohnenfotos. Dabei sind tolle Aufnahmen aus aller Welt eingegangen. Nun wurden die Gewinner bestimmt.

Digital-Telegramm 2018 Erscheinungstermin des G64 Mini steht fest

Das Digital-Telegramm 2018 von Heute: Täglich Neues und Informationen aus der Welt der Technik und Games in unserer Fotohose zum Durchblättern!

Electronic Sports Festival Die größte LAN-Party des Landes steuert auf Wien zu

Am 24. und 25. März 2018 findet erstmals das Electronic Sports Festival in Wien statt. Über 4.000 Gamer werden erwartet. Ort und Details sind nun fixiert.

Game Review Oxenfree im Test: Teenie-Horror mit Verstand

Der Indie-Titel überzeugt mit einem innovativen Dialogsystem und einer furchterregender Soundkulisse.

17.07.2017 | 11:00 Uhr

Mit der Coral-Flasche auf Du und Du: die wohl lächerlichste Instagram-Kampagne des Jahres



Da fährt Sangerin Mandy Caprito ihr Waschmittel spazieren. Wie lieb

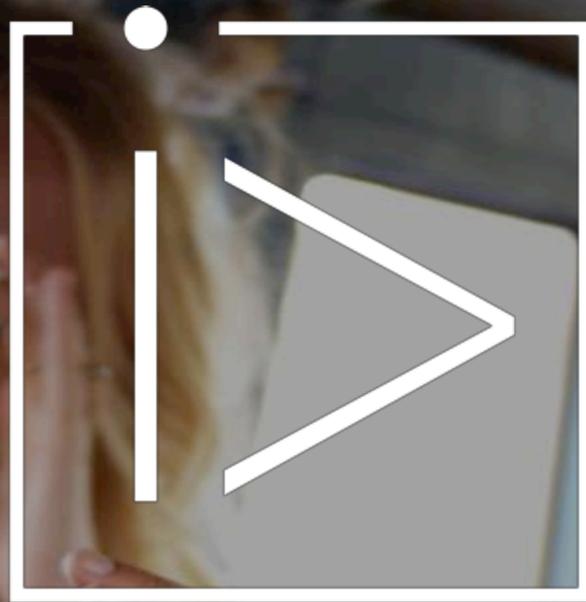
Mit Schläm beschmiert sitzt Influencer Fiona Erdmann vor der Waschmaschine. Das Waschmittel Coral neben ihr. Freudestrahlend fährt Mandy Caprito ihre Coral-Flasche spazieren. Und Clea-Lacy, Freundin vom Bachelor, steht vor einer Graffiti-Wand. In der Hand hat sie eine Flasche Coral. Viele Influencer konnte Coral für eine Instagram-Kampagne gewinnen. Doch die Werbung wirkt unfreiwillig komisch. Spott und Kritik lassen nicht lange auf sich warten





Nachhaltige Beziehungen anstatt einmaliger
Auseinandersetzungen im Rahmen von vereinzelter
Kampagnen.





influence
VISION

01 || 2018



Influencer

AdNetwork

Wir sind **influence.vision**

Agentur und Technologie Plattform spezialisiert auf
Influencer AdNetwork / Marketing

Proprietäre Technologie (KPI, Reporting, Auswahl)

www.influencevision.com

Etablierter **Influencer-Hub** in Wien 1070

Gegründet März 2017, **Team** 5 Personen



An aerial photograph of the San Francisco Bay Area, showing the Golden Gate Bridge, the city of San Francisco, and the surrounding hills and water. Overlaid on the image is a white graphic that reads "WELCOME TO SILICON VALLEY". The word "WELCOME" is arched over a stylized bridge, "TO" is in the center, and "SILICON VALLEY" is in a rectangular box below.

WELCOME
TO
SILICON VALLEY

Digitales

Wachstum



Wachstum Digitales Marketing

“US Digital Ad Spending to SURPASS TV this Year.”
eMarketer.com

2016 erstmals mehr für digitale als TV Werbung ausgegeben

Social Media
wächst über 50% p.a.

“Digital Advertising Revenue Jumped 20% in 2016 and MOBILE IS DRIVING its growth”
PwC / adage.com

“Digital Ad Spending Surges to Record High as MOBILE and SOCIAL Grow More Than 50%”
adweek.com

Werbeausgaben für Social
USD 11. Mrd. 2016



Ausgaben für Content Marketing

Der Influencer als Testimonial hat **sehr hohen Wert** im digitalen Marketing



Bezahlte
Beiträge auf
INSTAGRAM
pro Monat

9,60
USD

ROI pro investierten
Dollar für Influencer
Marketing

59%

Erhöhen ihre
Ausgaben im
Influencer Marketing
in 2017



Marktdaten Österreich

- **2,042 Blogs** in Österreich aktiv
- **223 hauptberufliche** Blogger
- \emptyset -Posts **pro Monat 7**
- **Wachstum der Reichweite** von Blogs in Österreich von **83%** (2015 vs. 2016)



Marktdaten Österreich

11 Millionen
Facebook Likes alle
Blogs zusammen

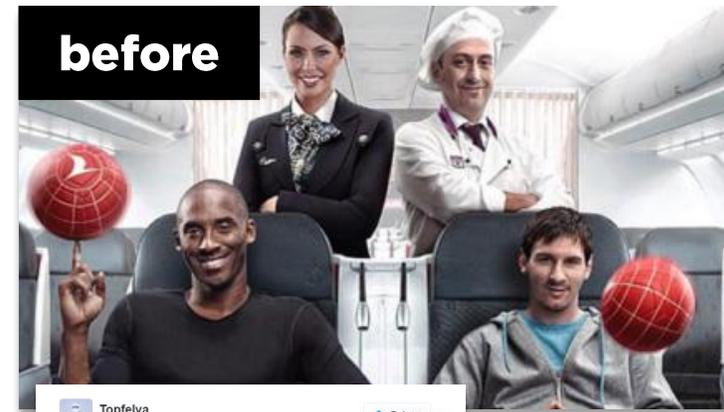
83% Wachstum

derstandard.at
2 Millionen UU
//
Krone.at
2 Millionen UU

Wachstum Stagniert



Best Practice Zach King - Turkish Airlines



Topfelya
@Topfelya

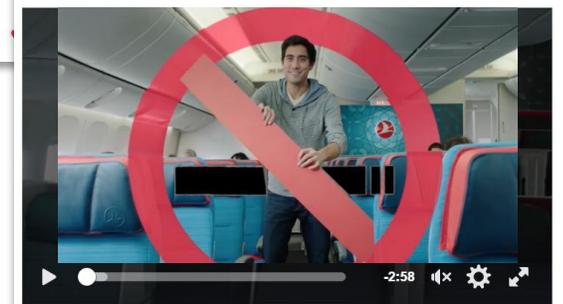
Amazing Turkish Airlines Safety Video with Zach King bit.ly/2e6eSrJ @TurkishAirlines @iLove_Aviation @airlivenet @MarkRWhee



12:20 - 31. Okt. 2016

now

Turkish Airlines
With a little help from Zach King, Turkish Airlines added a touch of magic to their new in-flight safety message. #MagicOnBoard #StarAlliance #TurkishAirlines #SafetyVideo



21K Views

Like Comment Share



Problem & Lösung



Problem

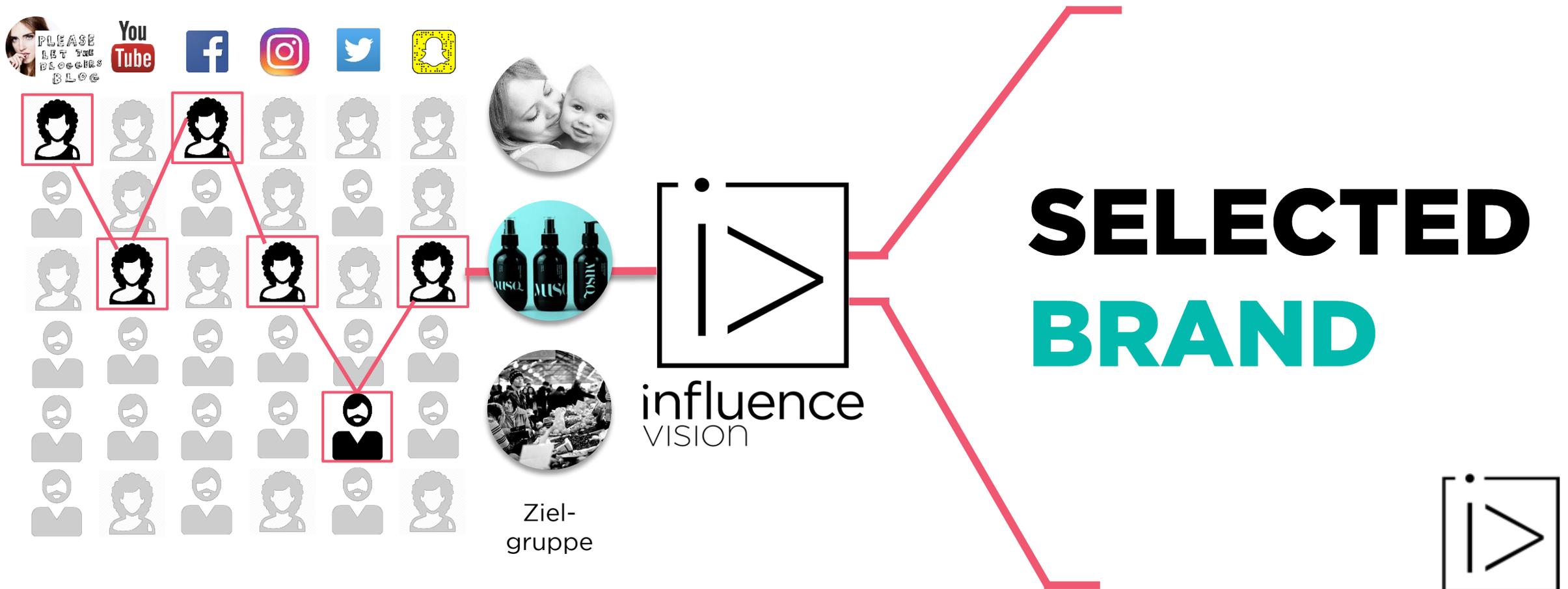
- **Dezentrale Influencer**
 - **„Richtige“ Influencer**
Zielgruppen
identifizieren
 - **Messbarkeit**
-
-

**Unzufriedene Kunden +
Hoher Aufwand**



Influencer Plattform...

...auf der sich **Marken und Influencer** automatisiert finden



Influencer Auswahl

Mehr als **Follower**

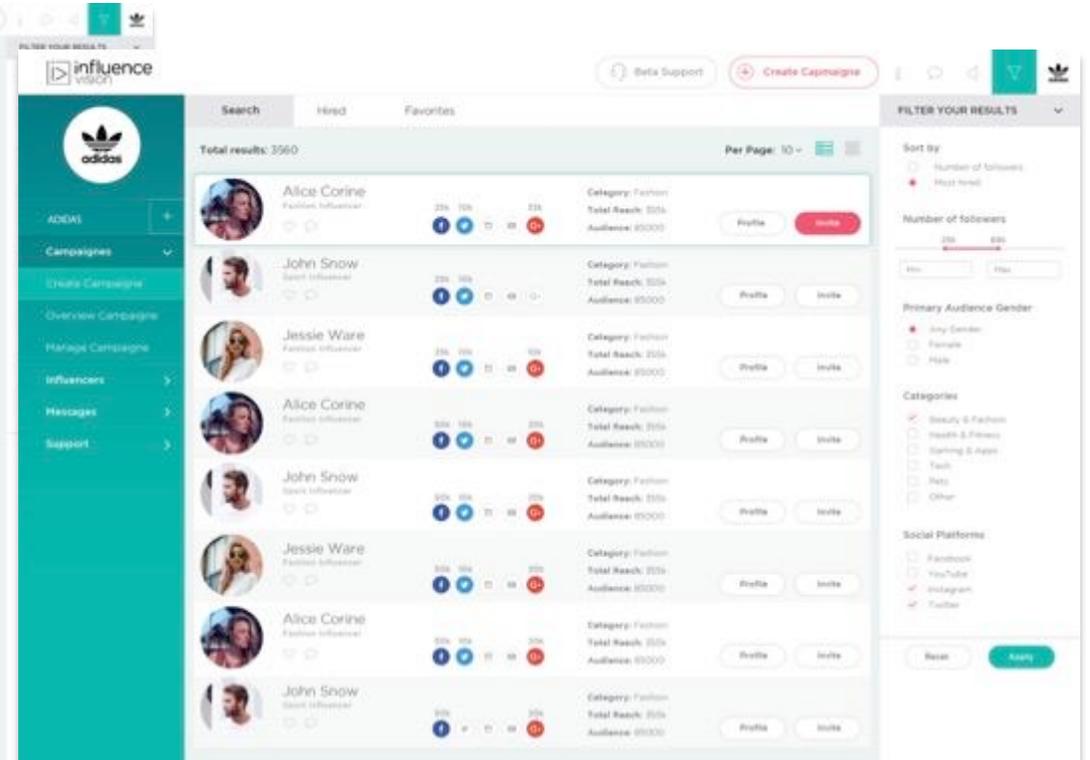
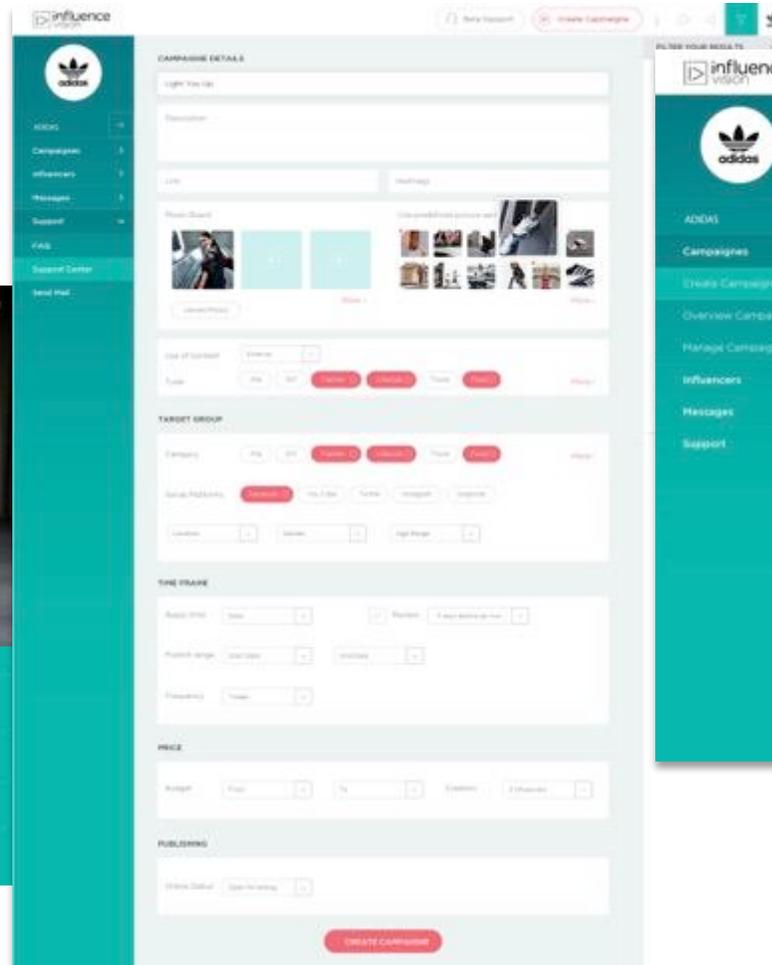


Produkt

Kampagne starten

Zertifizierte Influencer buchen

Anmelden



Influencer **Kampagne**

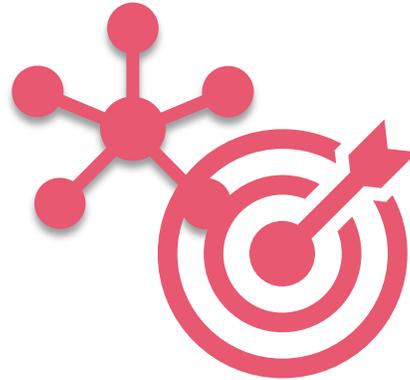


Unique Selling Proposition



Influencer AdNetwork & Plane Kampagnen

Erstes Effektives AdNetwork um Influencer zu finden & individuelle auf die Kampagne angepasste Angebote einzuholen.



Manage & koordiniere Kampagnen

Organisiere deine Kampagne vom Creative-Briefing und Group-Messaging bis zur Bezahlung ganz einfach mit influence.vision.



Messe Ergebnisse mit unseren Reports in Echtzeit

Unsere Schnittstellen-Technologie ermöglicht erstmals ein automatisiertes umfangreiches Reporting und dynamisches Optimieren der Influencer Kampagnen

Best Practice



Best Practice SPAR

URBAN PICKNICK

BRAND KANAL WACHSTUM

ZIEL: BRAND FOLLOWER

KPI: Verdreifachung der
Follower pro Tag
+ 500

3 Influencer

218.400 Reichweite

3.400 Interaktionen

31 Stories

200.300 Reichweite

Social Takeover



Best Practice Strongbow

URBAN GARDENING

Berries and passion
June 30 at 1:30pm · 🌐

Ich liebe es so zentral in der Stadt zu wohnen und trotzdem viele Bäume vor meinem Fenster zu haben - der 7 Bezirk ist einfach der beste. Mein kleiner feiner Balkon ist der perfekte Rückzugsort um den Abend mit einem kühlen Strongbow Cider ausklingen zu lassen. Wollt auch ihr gemeinsam mit 25 eurer Freunde den Feierabend feiern, dann lade noch bis 31. Juli ein Foto zum Thema hole die Natur in die Stadt hoch und mit etwas Glück kannst du eine Rooftop Party für all deine Freunde gewinnen. *ad <https://www.nature-remix.at/altersabfrage/>



SALES CONVERSION

ZIEL: SALES

KPI: POS VERKÄUFE
Albert & Tina



7 Influencer
477.751 Reichweite
13.399 Interaktionen
63 Stories



Unsere Klienten



WIRZ



L'ORÉAL



MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung

› KUKLA ‹



Kontakt



Florian **BÖSENKOPF**
Founder

florian@influencevision.com
+43 699 1105 79 09



Branko **MARKOVIC**
Founder

branko@influencevision.com
+43 660 200 60 90



influence
VISION

influence.vision GmbH

office@influencevision.com

Neustiftgasse 94/B5
1070 Vienna
Austria

A woman with long blonde hair is taking a photo with a camera on a boat. The background shows the interior of the boat with windows and other passengers. The text is overlaid on this image.

Innovation ist

creative

Gestaltung mit

Zukunftsblick



VIELEN DANK

© Die in der Präsentation enthaltenen Ideen, Produkteigenschaften und Vorschläge sind in weiten Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Ideen und Vorschläge stehen im ausschließlichen Eigentum der influence.vision GmbH. Jede Verwendung auch nur einzelner Teile dieser Präsentation setzt – unabhängig davon, ob es sich um einen urheberrechtlich geschützten Teil handelt – die ausdrückliche Zustimmung der influence.vision GmbH.

