

Leitfaden für den Umgang mit Influencern bei Küche&Co

Vor der Influencer-Kooperation

Zielsetzung: Klären Sie zunächst die Ziele Ihrer Influencer-Marketingkampagne. Möchten Sie die Bekanntheit steigern, den Umsatz steigern oder etwas anderes erreichen? Eine Influencer-Kooperation ist häufig vor allem sinnvoll, wenn Sie die Bekanntheit Ihres Unternehmens steigern wollen.

Zielgruppendefinition: Bestimmen Sie genau, welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten, und welche Influencer am besten zu dieser Zielgruppe passen. Zu Küche&Co passen vor allem Influencer aus dem Einrichtungs-, -Lifestyle- und Familienbereich.

Budgetplanung: Legen Sie Ihr Budget für die Zusammenarbeit mit Influencern fest. Berücksichtigen Sie dabei die verschiedenen Dienstleistungen und Rabatte, die Sie anbieten möchten.

Zeitplanung: Eine Influencer-Kooperation erfordert eventuell noch einmal etwas mehr Aufwand als ein normaler Kunde. Planen Sie sorgfältig, ob Sie eine Kooperation aktuell leisten können.

Antworten auf Influencer-Anfragen

Anfragen bewerten: Überprüfen Sie jede Influencer-Anfrage sorgfältig. Passt der Influencer zur Marke Küche&Co und zur definierten Zielgruppe? Achten Sie dabei besonders darauf, was für Inhalte der Influencer auf allen Kanälen postet und ob er seriös wirkt.

Kommunikation: Reagieren Sie professionell und zeitnah auf Anfragen. Klären Sie, welche Informationen der Influencer benötigt, um eine Zusammenarbeit zu evaluieren.

Anfragen nach Zahlen & Belegen

Fragen Sie nach Zahlen: Stellen Sie sicher, dass Sie Influencern nach ihren Statistiken und Daten fragen. Sie sollten Insights oder ein Mediakit anbieten, die Informationen wie Followerzahl, Interaktionen, Storyviews und Reichweite enthalten. Diese Zahlen sind wichtig, um die Effektivität der Zusammenarbeit zu bewerten.

Werte & Services

Markenwerte: Erklären Sie die Kernwerte von Küche&Co und wie diese in der Zusammenarbeit mit Influencern repräsentiert werden sollen.

Dienstleistungen: Beschreiben Sie die verschiedenen Dienstleistungen, die Küche&Co anbietet und die der Influencer im Content darstellen soll: Inspiration, Beratung, Planung, Küchenkauf, Lieferung, Montage, etc.

Verhandlungen mit Influencern

Preise: Definieren Sie eine klare Strategie für Rabatte, basierend auf den erwarteten Leistungen der Influencer. Berücksichtigen Sie dabei den Wert der Influencer und Ihr Budget. Beschreiben Sie die verschiedenen Dienstleistungen, die Sie Influencern anbieten können, wie das Weiterreichen von Küchen zum Einkaufspreis, kostenlose Montage oder einen Rabatt auf den Küchenkauf. Beispiele für die Forderungen von Influencern im Verhältnis zu ihren Zahlen finden Sie anbei. Gern sind wir Ihnen hierbei behilflich.

Verträge: Erstellen Sie schriftliche Verträge, die die Bedingungen der Zusammenarbeit, Leistungen, Zahlungen und Vertraulichkeit festhalten. Fragen Sie hierbei gern nach einer Vorlage. Wichtig sind dabei vor allem Zusätze wie: „Die angebotenen Preise enthalten Verlinkungen zu @kuecheundco und Partner auf alle Beiträge. Die Bild- und Videorechte für alle Fotos und Videos können nach Rücksprache für eigene Werbezwecke verwendet werden.“

Leistungsmessung: Legen Sie fest, wie Sie den Erfolg der Zusammenarbeit mit Influencern messen werden, um sicherzustellen, dass die Ziele erreicht werden. Der Erfolg kann beispielsweise durch die Überwachung von Metriken, wie Reichweite, gestiegene Followeranzahl etc. überprüft werden. Sie können dem Influencer auch Gutscheincodes für seine Follower mit an die Hand geben, und schauen, wie viele Leute sich mit diesem bei Ihnen melden.

Pricing Beispiel:

Influencer A: Follower Instagram: 247.000 , Youtube: 920.000

Option 1: 2 IG Story + 2 IG Reel + 1 YT Teilwerbeintegration: Küche im Wert von: 16.000 Euro Küche

Option 2: 1 YT Werbevideo Planung bis Endergebnis + 1 IG Reel: 18.000 Euro Küche

Option 3: 3 YT Teilwerbeintegrationen: Rabatt von 8.000 Euro auf die Küche

Influencer B: Follower Instagram: 105.000

Option 1: Instagram Reel, Video vom Einbau, Video der fertigen Küche zur eigenen Verwendung, 2x 3 Storyslides bei Instagram: 1000 Euro Rabatt auf die Küche

Influencer C: Follower Instagram: 33.900

Option 1: 1 Feed Video (Beratung, Aufbau, Küche): 1.500,00 Euro Rabatt

Option 2: 1 Feed Post/ pro Monat 800.00 Rabatt

Option 3: 1 Story/ pro Monat 600.00 Euro Rabatt auf die Küche

Option 4: 1 Reel- Video (Küchenpräsentation, Detailaufnahmen) + 1 Blog- Guide (Erfahrungsbericht + Empfehlung): 2.500 Euro Rabatt auf die Küche