'Influencermarketing moet nog volwassen worden in Nederland'

11-01-2019 08:57



Het is van cruciaal belang dat influencermarketing wordt ‘uitgelijnd’ met de volledige marketingstrategie. Dat zegt chief marketing officer Patrick Kant van marketingbureau Juulr in het januarinummer van RetailTrends. “Dat klinkt misschien logisch, maar is bij veel merken nog niet helemaal doorgesijpeld.”

Nederland moet nog volwassen worden als het op influencermarketing aankomt, vindt Kant. “Zestig procent van de partijen die bij ons binnenkomt, en dat zijn ook mooie merken met grote budgetten, sturen we terug naar de tekentafel.”

Retailers en merken willen influencers vaak inzetten omdat het hot is en concullega’s het ook doen. Daar gaat het volgens hem ‘faliekant mis’. “Wij noemen dat de blauwe maandag-campagne. Werkt het niet, dan stoppen ze.”

Influencers versterken volgens Kant de bestaande marketingactiviteiten. Zo kan de doelgroep die via Instagram bereikt wordt op Facebook worden geretarget. “Een goede campagne levert al gauw vier keer zoveel op als wat je hebt geïnvesteerd”, stelt hij.

In het januarinummer van RetailTrends vertellen onder meer Balr en Made.com hoe zij influencers inzetten. Ook staan er acht tips om met influencermarketing te beginnen. Lees het volledige artikel in het digitale magazine. Nog geen member? Klik dan hier voor meer informatie.