

Acht tips om met influencermarketing te beginnen

15-01-2019 11:44



Waarom zou je iedereen laten weten wat je hebt gegeten? Welke make-up je gebruikt? Of waar je dat nieuwe shirtje gekocht hebt? Werd eerder nog sceptisch gedaan over bloggers en vloggers die hun hele leven op internet zetten, tegenwoordig zijn ze voor steeds meer merken een onmisbaar onderdeel van de marketingmix.

In het [januarinummer van RetailTrends](#) vertellen Balr en Made.com hoe zij omgaan met influencers. Ook bespreken Emilie Tabor van Influencer Marketing Agency (IMA) Patrick Kant van Juulr de kansen en uitdagingen van deze vorm van marketing. Dit is een stappenplan voor wie met influencermarketing wil beginnen.

1. Stel prioriteiten

Bedenk goed waaraan je je euro's het best kunt uitgeven. "Regelmatig kloppen merken aan die vijftigduizend euro in influencermarketing willen steken, terwijl ze misschien meer prioriteit kunnen leggen bij het online vindbaar worden bij koopgerichte consumenten", aldus Patrick Kant van Juulr.

2. Bouw een community

Influencermarketing wordt pas interessant als je voldoende volgers hebt, stelt Kant. "89 procent van de conversie vindt plaats via de swipe-up-module van Instagram Stories, die pas vrijkomt bij tienduizend volgers."

3. Maak je website op orde

Kant maakte het mee bij een klant die fitnessgoeroe Fajah Lourens strikte voor de verkoop van sportsupplementen: dertigduizend views en nul conversie. “Dan klopt er iets niet met je website, bijvoorbeeld met de conversieoptimalisatie. Dat moet je voor de campagne scherp hebben.”

4. Begin low-budget

Nog een tip van Kant: begin met influencermarketing als je merkt dat advocate marketing en social media-management geld opleveren. Wie maar een klein budget heeft, kan kiezen voor barterdeals: bied producten in ruil voor aandacht.

5. Bedenk vooraf wat je wilt bereiken

Veel merken willen de merkloyaliteit of -bekendheid verhogen, merkt Emilie Tabor van IMA. “Als het om branding draait, zetten we de kpi’s op de engagementrate, het bereik en sentiment. Wil een merk meer omzet, dan kijken we bijvoorbeeld naar de hoeveelheid traffic en verkopen.”

6. Kies de juiste influencer

Werk alleen met influencers die achter je product staan en niet elke week voor een ander bedrijf iets plaatsen. Het aantal volgers hoeft niet doorslaggevend te zijn, zegt Tabor. “Het draait om engagement. Hoe actief zijn de volgers? Liken of delen ze posts of reageren ze eronder? Als influencers met merken werken die ze eigenlijk niet leuk vinden, prikken volgers daar doorheen en keldert de engagementrate.”

7. Zorg voor goede content

Bedenk samen met de influencer content waar je allebei blij van wordt. “Als de influencer enthousiast is, maken ze veel meer promotie dan in het contract staat”, aldus Tabor.

8. Integreer influencers in de marketingmix

Made.com zorgt bij een post op Instagram voor een bijpassend Facebook-bericht of een inspiratieartikel. Met online marketing, advertenties en affiliates wordt ook de rest van de doelgroep bereikt. Daniëlle Schoop: “Zo maak je de marketingcirkel rond.”

Lees het volledige artikel over influencermarketing in [het digitale magazine](#). Nog geen member van RetailTrends? Ontdek de mogelijkheden voor [een membership](#).

Nick Möller