

Balr 'trekt stoute schoenen aan' en richt influencerbureau op

21-01-2019 08:40



Balr gaat influencers waar het lifestylemerk goede ervaringen mee heeft, koppelen aan merken die zoekende zijn. Daarvoor is onder de vlag van zusterbedrijf Wannahaves een eigen influencermarketingbureau opgestart. Dat maakt head of influencer marketing Michael Joustra bekend in het januarinumner van RetailTrends.

Joustra merkt dat vele influencers sturing missen bij hun werkzaamheden. Ze weten bijvoorbeeld niet welke klussen ze wel of juist niet moeten aannemen. Aan de andere kant vragen steeds meer merken of Balr over deze vorm van marketing wil praten of een seminar wil geven. "Daarom hebben we de stoute schoenen aangetrokken", stelt hij.

Bij Balr is de 'gouden regel' dat influencers niet betaald worden. Met dit nieuwe initiatief krijgen ze toch betaalde klussen aangeboden. "We zijn net begonnen en willen het groots gaan opzetten", aldus Joustra. Het bureau kan volgens hem voetballers als Eljero Elia bijvoorbeeld aan Voetbalshop.nl verbinden.

Balr maakt zelf weinig afspraken met influencers, die kleding opgestuurd krijgen van het lifestylemerk. Door de samenwerking vrij te laten, kunnen influencers daar zelf een invulling aan geven. "We worden vaak verrast door hoe vaak ze iets posten."

Lees in het januarinumner van RetailTrends meer over de manier waarop Balr en Made.com influencers inzetten. Lees [het volledige artikel](#) in het digitale magazine. [Nog geen member? Klik dan hier voor meer](#)

[informatie.](#)