

PRESSEMITTEILUNG

Influencer Marketing - Nischen als Erfolgsgeheimnis

Wien, 16. Jänner 2018. Immer mehr Unternehmen und Marken wollen durch Zusammenarbeit mit Bloggern, Instagrammern, YouTubern und Co. ihre Bekanntheit steigern, ihr Image verbessern und so langfristig den Unternehmenserfolg sichern. Dabei setzen die meisten Unternehmen immer noch auf die Big Player der Branche mit Tausenden Followern auf den sozialen Netzwerken. Doch sind die größten Influencer auch die besten? Laut einer Studie der Influencer Marketing Agentur Markerly nimmt die Engagementrate der Follower ab einer Größe von mehr als 1.000 Follower kontinuierlich ab. Wieso also nicht lieber auf kleinere Influencer setzen? Einige Unternehmen haben bereits die Chance von Nischen erkannt und nutzen sogenannte Micro Influencer für ihren Markenerfolg.

Die Verlockung ist natürlich groß, als Unternehmen auf Influencer mit vielen Followern zu setzen. Man erwartet sich durch sie möglichst schnell eine hohe Reichweite für sich und seine Marke. Aus Expertensicht ist aber klar, dass Reichweite bei weitem nicht alles ist. *“Es geht am Ende darum wie gut jemand seine Zielgruppe emotional erreichen kann.”*, erklärt Viktoria Egger, Gründerin der Influencer Marketing Agentur August Digital. Gemeinsam mit ihrem Team plant und setzt sie Influencer Marketing Kampagnen für große und kleine Unternehmen um.

“Unseren Kunden ist es wichtig, möglichst viel Engagement und Interaktion mit ihrer Zielgruppe zu generieren. Durch das höhere Engagement bei Mirco Influencern ist klar, dass diese für die Ziele der Unternehmen oft besser geeignet sind”, so Egger.

AUGUST

Doch welche Vorteile haben *Micro Influencer mit weniger als 10.000 Follower* auf sozialen Netzwerken gegenüber großen Influencern mit hohen Followerzahlen? Durch ihren Fokus auf eine bestimmte Nische ist es für sie schwerer, Fans zu generieren, da sie nur einen bestimmten Interessenbereich abdecken. Erst einmal gesammelt, zeichnet sich diese Community dann jedoch durch eine hohe emotionale Bindung und Treue dem Influencer gegenüber aus.

Anders als bei den Big Playern weisen Micro Influencer eine hohe Engagementrate auf und können ihre Zielgruppe mit maßgeschneiderten Inhalten gezielt ansprechen. Sie haben ein überschaubares Themenspektrum und für Unternehmen ist somit klar ersichtlich, ob ihr Produkt zum Influencer und seiner Community passt oder nicht. Micro Influencer selbst zeichnen sich durch eine extreme Glaubwürdigkeit und eine hohe Authentizität ihrer Zielgruppe gegenüber aus.

“Ein großes Problem für Unternehmen ist es jedoch, Micro Influencer, die zu ihrem Unternehmen zu passen, zu identifizieren,” so Egger. Als erste Agentur in Österreich fokussiert sich August Digital bei ihrer Arbeit vermehrt auf Influencer, die sich mit Nischen beschäftigen. “Wir kennen die Branche und sind immer auf der Suche nach neuen Micro Influencern.” Und der Trend ist auf jeden Fall steigend. Immer mehr Marken wollen vermehrt mit kleinen, aber passenden Influencern zusammenarbeiten, um deren Glaubwürdigkeit und Authentizität für ihren Erfolg zu nutzen.

AUGUST

Alle Infos zu Influencer Marketing Strategien finden Sie hier:

<http://www.august.at/>

Über August:

August mit Firmensitz in Niederösterreich wurde 2012 von Mag. Viktoria Egger gegründet. Die Kernkompetenz der inhabergeführten Digital Influencer Marketing Agentur liegt in maßgeschneiderten Gesamtlösungen aus einer Hand: von strategischer Beratung, Kreation, Umsetzung bis hin zur Vermarktung. Durch langjährige Erfahrung im Influencer Marketing bietet August seinen Kunden individuell angepasste Marketing Strategien. Im Mittelpunkt steht neben persönlicher Betreuung dabei immer der „business impact“ der Lösungen. Auf die hohe Branchenkompetenz vertrauen namhafte nationale und internationale Unternehmen, darunter u.a. pro medico HandelsGmbH und die Stadt Wien. Weitere Informationen: www.august.at

Presserückfragen:

August Digital e.U.

Lisa Bilek

Böhnelstraße 10, A 2531 Gaaden bei Mödling

Tel. +436802202309, E-Mail lbilek@august.at

Web www.august.at