

Pressemitteilung, 6. Dezember 2017

Wie die Blogger an die Schokolade kamen

trusted blogs macht die Kampagnenerstellung einfach und professionell

Bremen. Die Zusammenarbeit mit Bloggern, um eine Werbebotschaft zu platzieren ist derzeit eine populäre Marketing-Methode. Besonders so genannte Micro-Influencer mit kleinen und persönlichen Blogs sind dafür beliebt. Doch wie findet man als Unternehmer geeignete Blogger, die authentisch schreiben und dabei professionell arbeiten? Vor dieser Frage stand auch Christian Keller, Gründer von my SCHOKO WORLD, der vielen aus „Die Höhle der Löwen“ bekannt ist. Um sein erstes Vorhaben im Bereich Micro-Influencer-Marketing zu verwirklichen, hat er sich für eine Kooperation mit trusted blogs entschieden und seine Idee Schritt für Schritt mit professioneller Unterstützung umgesetzt.

„Mit trusted blogs habe ich die ideale Plattform gefunden, um die Zusammenarbeit mit Bloggern strukturiert und projektweise zu testen“, so Keller. Die Erstellung der Kampagne erfolgt in Absprache mit den Experten von trusted blogs. Neben einer prägnanten Unternehmensvorstellung und dem Ziel der Kampagne wird den Bloggern in diesem ersten Schritt bereits die Vergütung dargelegt. Das kann in diesem Fall das Produkt in Höhe eines bestimmten Wertes sein oder ein zusätzlicher Gutschein für den Shop. In Hinblick auf die anstehende Weihnachtszeit beschloss Christian Keller, die mit Fotos personalisierten Adventskalender zum Test anzubieten. „Das hat das Ganze für mich planbar gemacht“, betont Keller, „wir hatten mit dem Zeitraum bis zum 1. Dezember einen konkreten Rahmen, um den Erfolg unserer Kampagne zu messen.“ Die Blogger durften einen Kalender für sich gestalten, um dann auf ihrem Blog von dem Shop, dem Bestellvorgang und dem Endprodukt zu erzählen - eingebettet in eine persönliche Geschichte.

„Entscheidend dafür, wie authentisch die Werbebotschaft bei der Community ankommt, ist eine hohe Verbundenheit von Leser und Blogger“, weiß Eduard Andrae, Gründer von trusted blogs. Dabei komme es gar nicht unbedingt auf eine hohe Reichweite an. Im Gegenteil: Das

trusted
blogs

trusted blogs GmbH
Ansprechpartner:
Nicolas Scheidtweiler
Mobil: +49 151 27506385

Konsul-Smidt-Straße 24
28217 Bremen
Fon +49 421 460460 80

presse@trusted-blogs.com
www.trusted-blogs.com

Besondere an den Micro-Influencern sei gerade, dass ihre Bekanntheit und Leserschaft eher begrenzt sind, sie dafür aber intensiver mit ihren Lesern in Verbindung stehen. Da diese Blogger schwerer als die großen Meinungsmacher im World Wide Web zu finden sind, sieht sich trusted blogs als vermittelndes Bindeglied zwischen Unternehmen und Micro-Influencern.

„Die Kampagne mit trusted blogs war einfach zu erstellen und mit geringem Aufwand umzusetzen. Mir ging es in erster Linie darum, das Micro-Influencer-Marketing auszuprobieren und my SCHOKO WORLD und die Produkte zielgerichtet zu bewerben. Ich konnte meine Bekanntheit in der für uns relevanten Zielgruppe steigern und uns in einer subjektiven Berichterstattung positiv präsentieren. All das bei einem überschaubaren Budget und Zeitrahmen“, so das Fazit von Christian Keller.

Über trusted blogs:

Eduard Andrae, Blogger und Social-Media-Experte, hatte 2014 die Idee zu trusted blogs. Gemeinsam mit Rüdiger Schmidt und der Bremer team neusta GmbH gründete er die trusted blogs GmbH. Basis der Plattform bildet ein Blog-Magazin mit über 500.000 Beiträgen aus mehr als 4.000 Blogs. Agenturen können mit Hilfe eines selbst entwickelten Kampagnentools diese Daten nutzen, um Micro-Influencer für Marketing-Kooperationen per Mausklick zu ermitteln und direkt anzusprechen. Weitere Informationen unter www.trusted-blogs.com.

Keywords:

Micro-Influencer-Marketing, Kampagne, trusted blogs, Blogger, Micro-Influencer



trusted blogs GmbH
Ansprechpartner:
Nicolas Scheidtweiler
Mobil: +49 151 27506385

Konsul-Smidt-Straße 24
28217 Bremen
Fon +49 421 460460 80

presse@trusted-blogs.com
www.trusted-blogs.com