

<b>Maßnahmenkatalog für die Implementierung von Influencer Marketing  für Klein- und Mittelunternehmen</b>		
Phase	Maßnahme	Details
1. Pre-Phase: Unternehmens- -analyse	<b>Portfolio und Zielgruppe analysieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Produkte/Dienstleistungen sollen beworben werden?</li> <li>- Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?</li> <li>- Was macht die Zielgruppe aus?</li> <li>- Ist die Zielgruppe online gut zu erreichen?</li> </ul>
	<b>Motivation und Beweggründe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warum Influencer Marketing?</li> <li>- Sind ausreichende Ressourcen für die Planung und Umsetzung vorhanden?</li> </ul>
	<b>Unternehmens- und Kampagnenziele festlegen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Was ist das generelle Unternehmensziel?</li> <li>- Was ist das Ziel der Kampagne?</li> <li>- Kann das Ziel durch Influencer Marketing erreicht werden?</li> <li>- Bis wann soll das Ziel erreicht werden?</li> </ul>
2. Influencer Marketing Strategie	<b>Marketingstrategie überprüfen und auf Übereinstimmung mit Influencer Marketing achten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche Werbemaßnahmen wurden bis jetzt umgesetzt?</li> <li>- Welche Werbemaßnahmen sind geplant?</li> <li>- Korreliert Influencer Marketing mit der bestehenden Werbestrategie?</li> <li>- Soll die Influencer Kampagne für sich alleine stehen oder in den Marketing-Mix integriert werden?</li> </ul>
	<b>Zielgruppenaffinität analysieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ist die Zielgruppe affin für Influencer Marketing?</li> <li>- Für welchen Content ist die Zielgruppe affin?</li> <li>- Für welche Plattformen ist die Zielgruppe affin?</li> </ul>
	<b>Budget festlegen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie viel Budget soll für die Kampagne verwendet werden?</li> <li>- Wie soll sich das Budget verteilen? (auf eine oder mehreren Kampagnen?)</li> </ul>
	<b>Kampagnenzeitraum und Dauer festlegen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wann soll die Kampagne stattfinden?</li> <li>- Wie lange soll die Kampagne dauern?</li> <li>- Soll die Kampagne wiederkehrend, laufend oder einmalig stattfinden?</li> </ul>
	<b>Zum Unternehmen passenden Influencer auswählen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solle ein oder mehrere Influencer eingesetzt werden?</li> <li>- Welche Kategorie bzw. Branche von Influencer passen zum Unternehmen, zur Zielgruppe und zum Ziel?</li> <li>- Welcher Influencer soll eingesetzt werden? Dabei muss auf folgendes geachtet werden: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Regionalität</li> <li>▪ Anzahl Follower</li> <li>▪ Resonanz anhand der Comments</li> <li>▪ Authentizität und Glaubwürdigkeit</li> <li>▪ Gepostete Inhalte</li> <li>▪ Genutzte Plattformen</li> </ul> </li> </ul>

2. Influencer Marketing Strategie	<b>Strategie und Plattform festlegen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie soll sich die Kampagne gestalten? (Unternehmens- oder Produkterwähnung, Produktplatzierung, Produkttest, Einladung zu einem Event inkl. Berichterstattung, ...)</li> <li>- Welcher Mehrwert soll der Zielgruppe geschaffen werden? (Unternehmens- oder Produktinformation, Verlinkungen, Gutscheincodes, Rabattaktionen, Gewinnspiele, ...)</li> <li>- Wie soll der Influencer bezahlt werden? (Naturalien oder monetär)</li> <li>- Auf welchen Plattformen soll die Kampagne stattfinden?</li> </ul>
	<b>Influencer briefen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keine zu strikten Vorgaben machen, um die Authentizität des Influencers zu wahren!</li> <li>- Wie soll der Influencer das Unternehmen bzw. das Produkt bewerben?</li> <li>- Soll die Kampagne an einem bestimmten Tag/zu einer bestimmten Zeit stattfinden?</li> <li>- Wie oft soll die Werbung stattfinden (Einmalig, 2x pro Tag, 3x pro Wochen, ...)</li> <li>- Wie soll die Kampagne gestaltet werden? (Video, Lifevideo, Foto, ...)</li> </ul>
	<b>Kampagnendetails klären</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wer produziert den Content? (Unternehmen, Influencer oder zusammen)</li> <li>- Kann der Content auch für unternehmenseigene Zwecke weiterverwendet werden?</li> <li>- Rechtliche Aspekte beachten (Kennzeichnung der Werbung)</li> <li>- Kennzahlen zur Erfolgsmessung definieren</li> </ul>
3. Kampagnen- umsetzung	<b>Umsetzung der Kampagne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kampagnenstart</li> </ul>
	<b>Laufende Überwachung der Kampagne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laufende Überwachung anhand der definierten Kennzahlen</li> <li>- Ggf. Eingreifen bei Unterlieferung der Werte (Rebriefing des Influencers, Strategieveränderung)</li> </ul>
	<b>Integration in den Media-Mix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soll die Influencer Kampagne in den weiteren Media-Mix integriert werden?</li> <li>- Ggf. Nutzung der Reichweite des Influencers für andere Kanäle wie Print</li> </ul>
4. Post-Phase: Messung und Reporting	<b>Kampagnenmessung und Reporting</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wurde das gesetzte Kampagnenziel erreicht? (Messung der Kennzahlen)</li> <li>- Erstellung eines finalen Reportings</li> </ul>
	<b>Learnings generieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welches Optimierungspotential gibt es?</li> <li>- Was hat an der Kampagne gut funktioniert, was weniger?</li> <li>- Welche Schlüsse können für weitere Kampagnen gezogen werden?</li> </ul>