financeAds
communicationAds

Sophie Riedinger
Leitung Influencer Marketing

Maximilian Bardenheier
Key Account Manager &
Lead Influencer Marketing

verticalads group
financeAds
communicationAds
retailAds
KWANKO

Erfolgreiches Performance Marketing mit globaler Skalierung

4

Starke Netzwerk-Marken

230

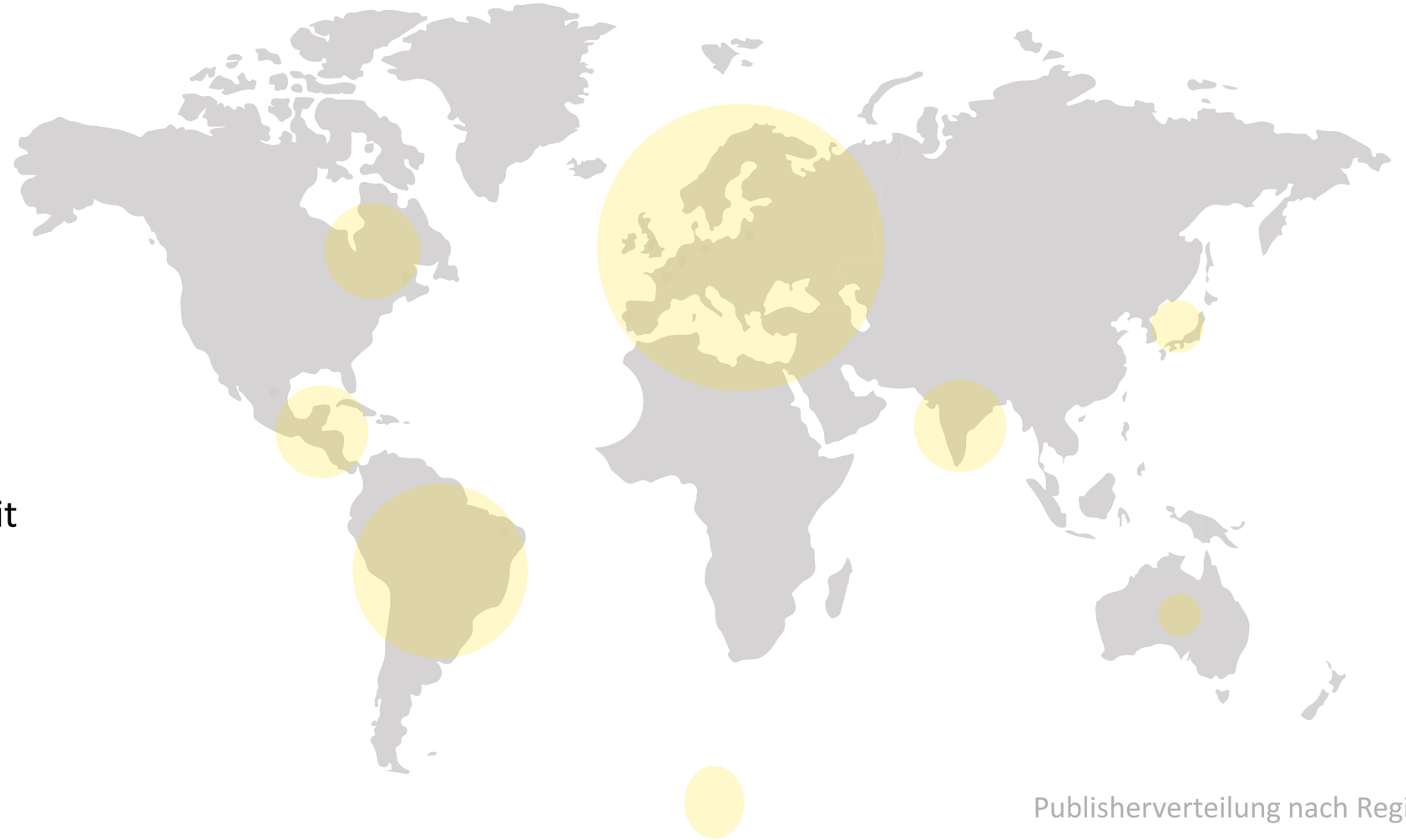
Mitarbeitende

> 3.000

Partnerprogramme weltweit

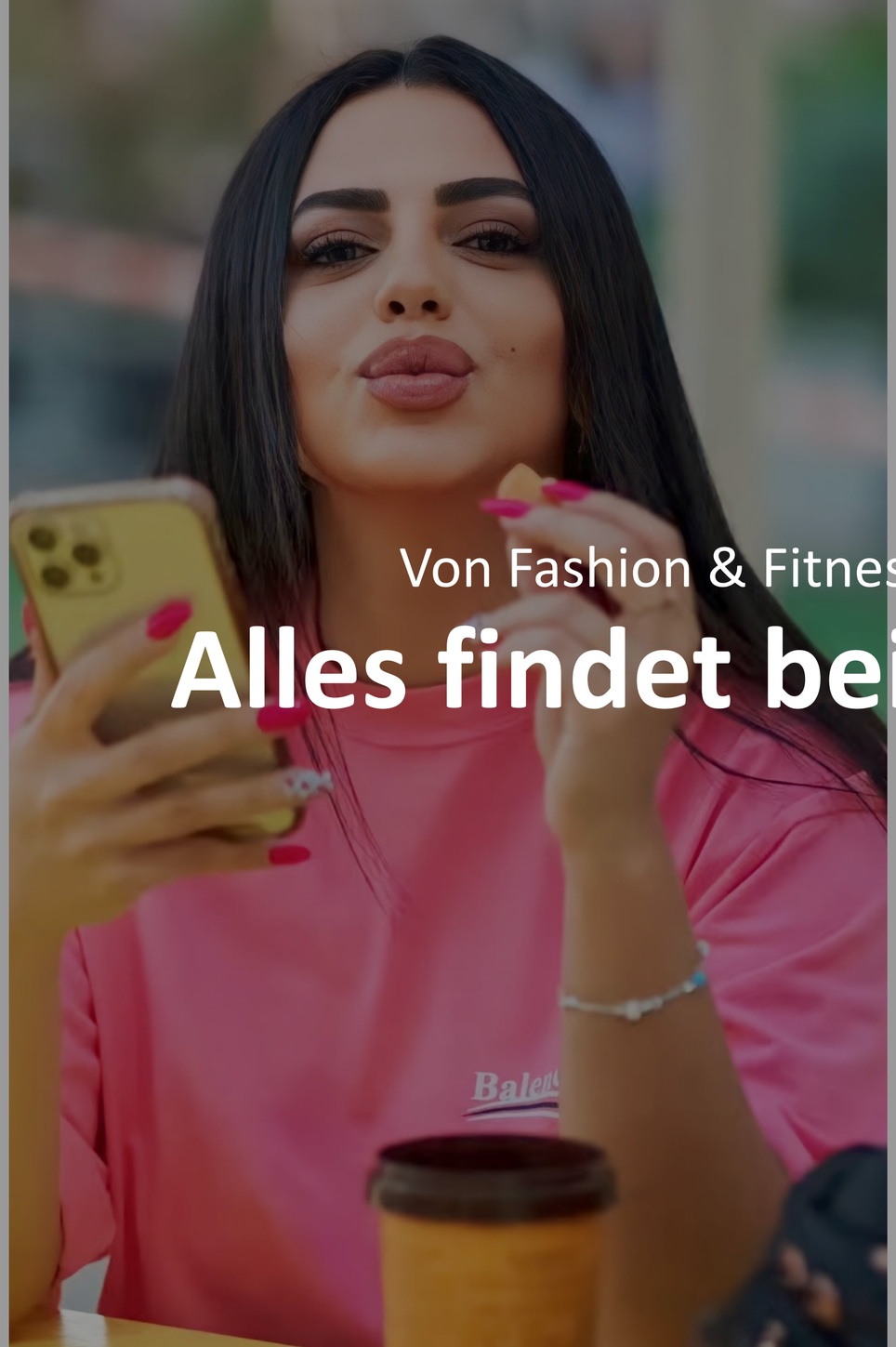
> 160.000

Publisher weltweit



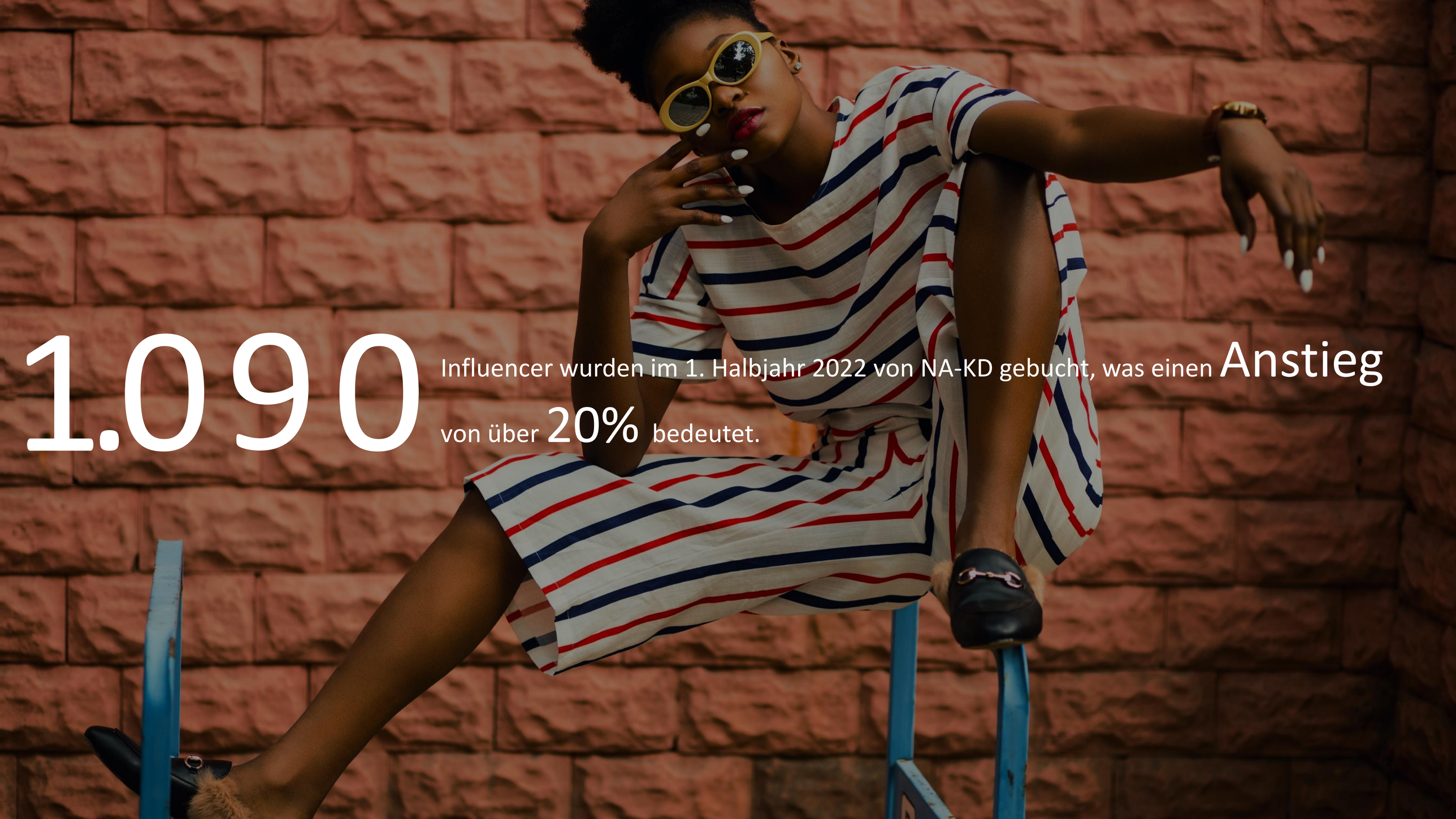
Publisherverteilung nach Region

Erfolgreiches Performance Marketing auf allen Kanälen



Von Fashion & Fitness über Lippenstift bis hin zum Tortenbacken:

Alles findet bei Influencern (s)einen Platz


1.090
Influencer wurden im 1. Halbjahr 2022 von NA-KD gebucht, was einen Anstieg
von über 20% bedeutet.

Anteil befragter Unternehmer, die für Influencer Marketing seit der Corona-Pandemie eine höhere Bedeutung bemessen, liegt bei

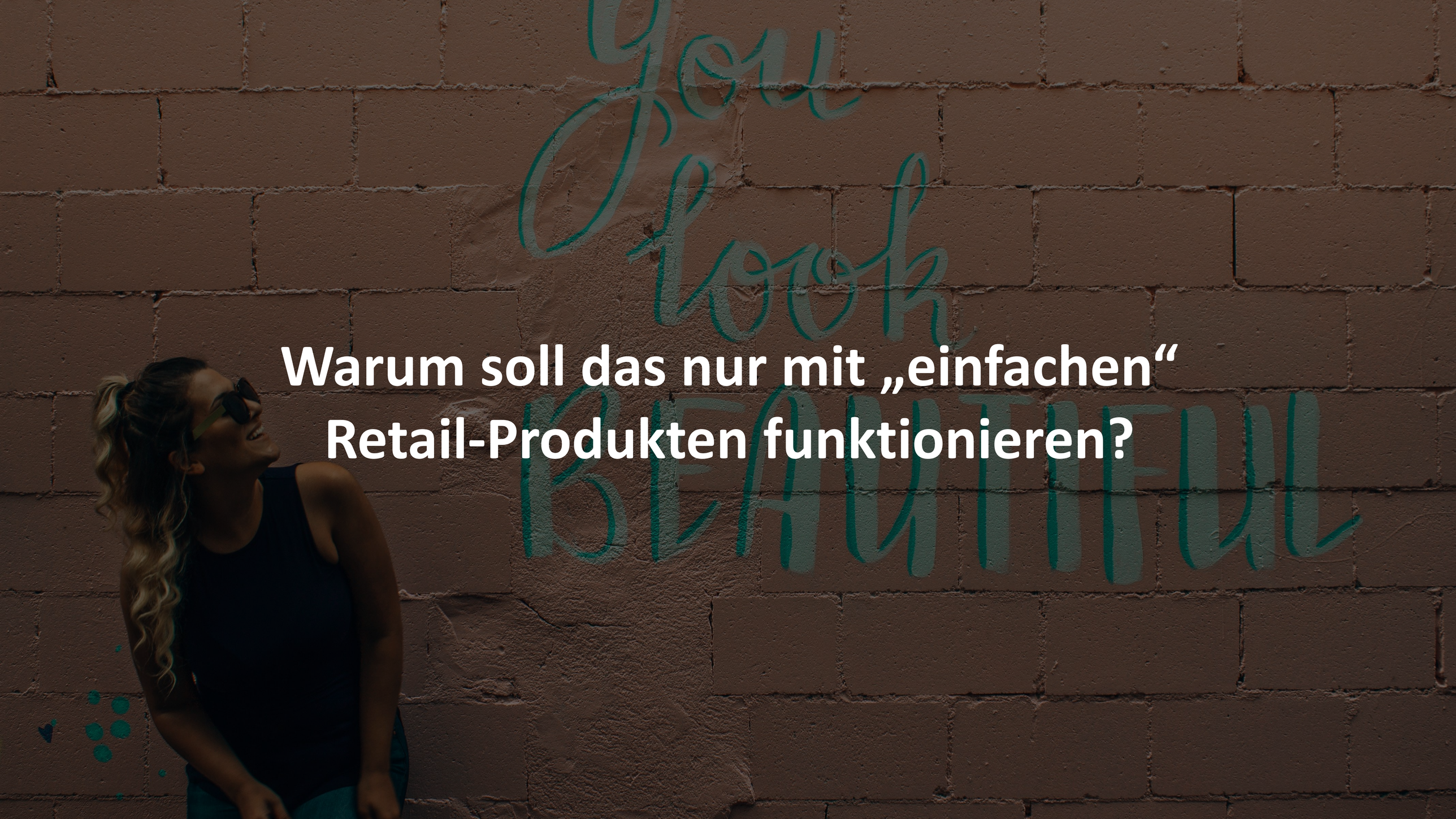
70%

>50%
der 20 bis 29 Jährigen haben sich mindestens einmal von einem Influencer zum Kauf verleiten lassen.

Mehr als jeder

5.

Deutsche hat im Jahr 2021 ein Produkt aufgrund eines Influencers gekauft oder eine Dienstleistung in Anspruch genommen.



Warum soll das nur mit „einfachen“ Retail-Produkten funktionieren?

Neukundengewinnung durch Influencer – Wie mit Sichtbarkeit jedes Produkt performen kann

Finanzen und Telko treffen auf Influencer

Case-Vorstellung

Finanzen und Telko treffen auf Influencer

Case-Vorstellung

Sim-Only Vermarktung mit dem Kunden o2

- Sim-Only Angebot
  - 40GB +
  - Allnetflat
  - 100€ Wechselbonus

- Individualisierung des Angebots durch
  - 120€ Amazon.de Gutschein
  - **Eigener Influencer-Shop** mit Branding des Creators

Finanzen und Telko treffen auf Influencer

Case-Vorstellung

Depot A

- Eher **konservativ** angesiedelter Depot-Anbieter mit ausbaufähiger Brand
- Reichweitenstarker Finfluencer
- **Co-gebrandete** Landingpage
- Incentive in Form von Free Trades

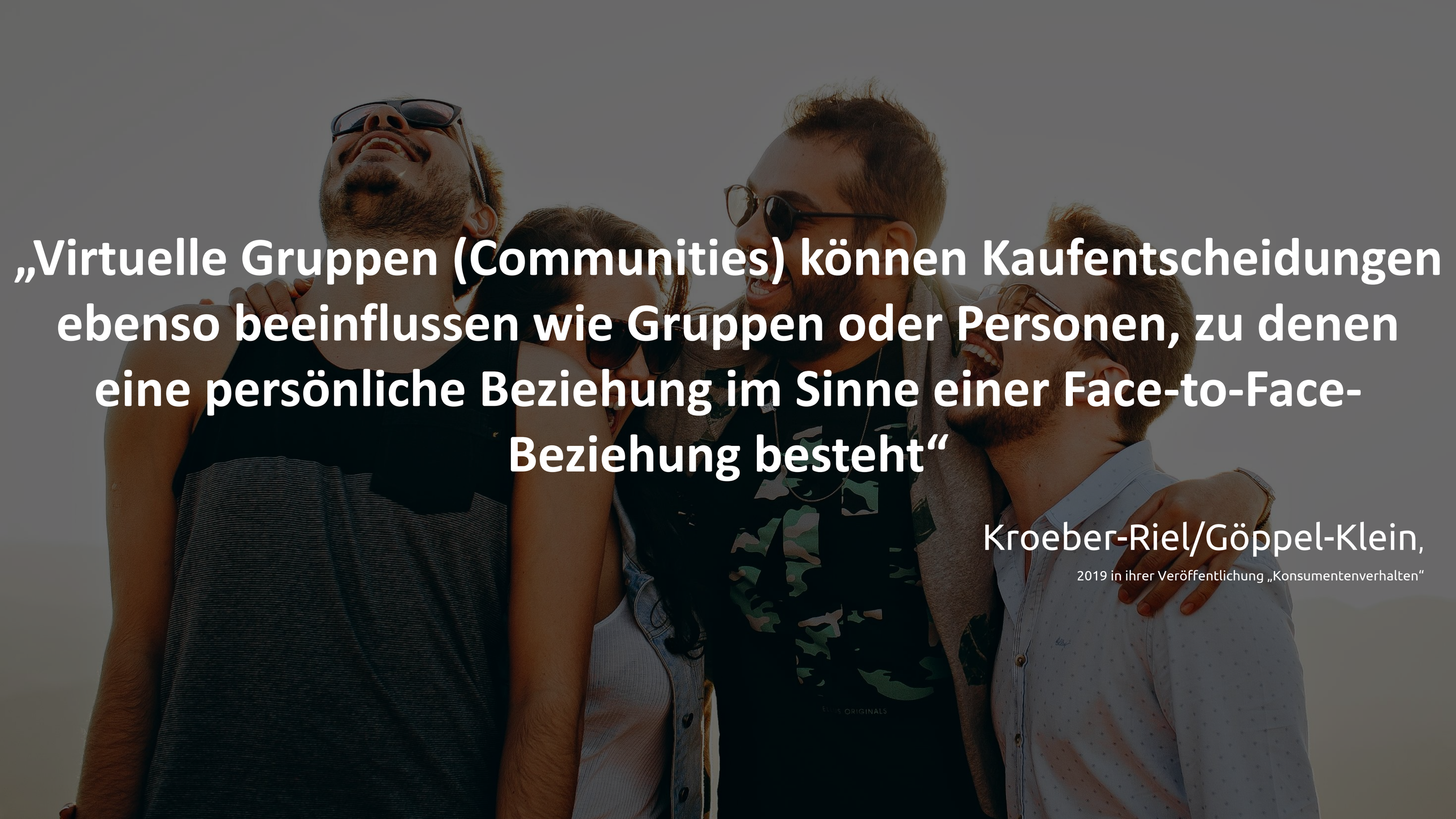
Depot B

- Trading-Plattform mit junger Zielgruppe
- Finfluencer mit moderater Reichweite
- **Regelmäßige** Erwähnungen, Integrationen, Verlinkungen
- **Interaktive** Inhalte/ **Updates**

Influencer Marketing ist ein starkes Instrument,

bei dem viele Faktoren beachtet werden müssen.

über 25 %
Der Deutschen Bevölkerung suchen bei Influencern aktiv Informationen zu Produkten & Dienstleistungen.



„Virtuelle Gruppen (Communities) können Kaufentscheidungen ebenso beeinflussen wie Gruppen oder Personen, zu denen eine persönliche Beziehung im Sinne einer Face-to-Face-Beziehung besteht“

Kroeber-Riel/Göppel-Klein,

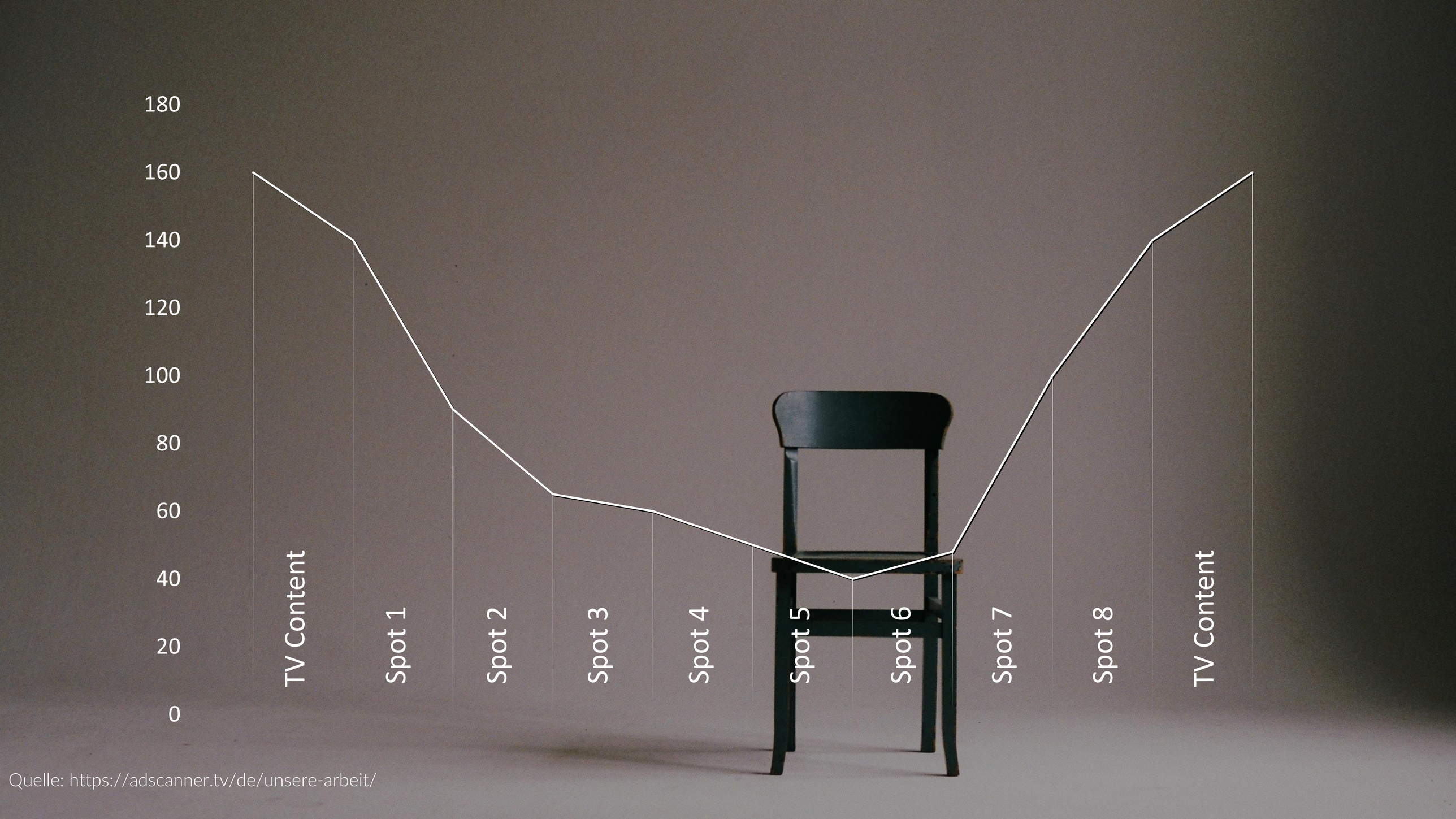
2019 in ihrer Veröffentlichung „Konsumentenverhalten“

financeAds nutzt zwei Influencerwelten

Je nach Produkt und Content wird eine andere Influencerwelt bedient.

Lifestyle Influencer

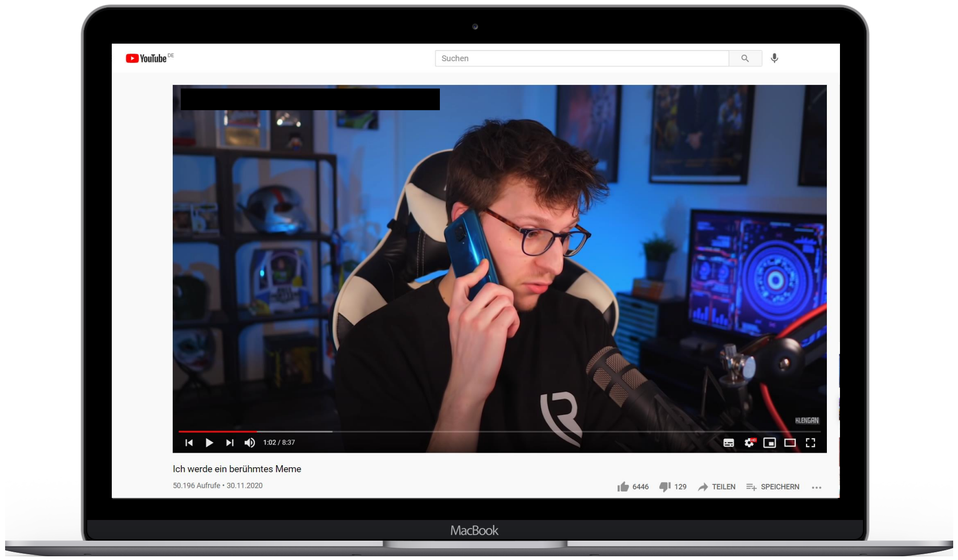
Finfluencer

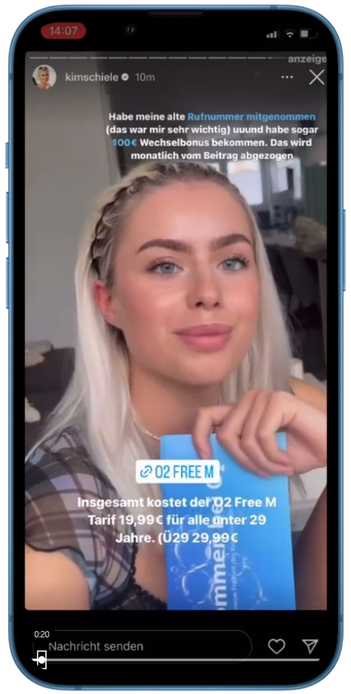


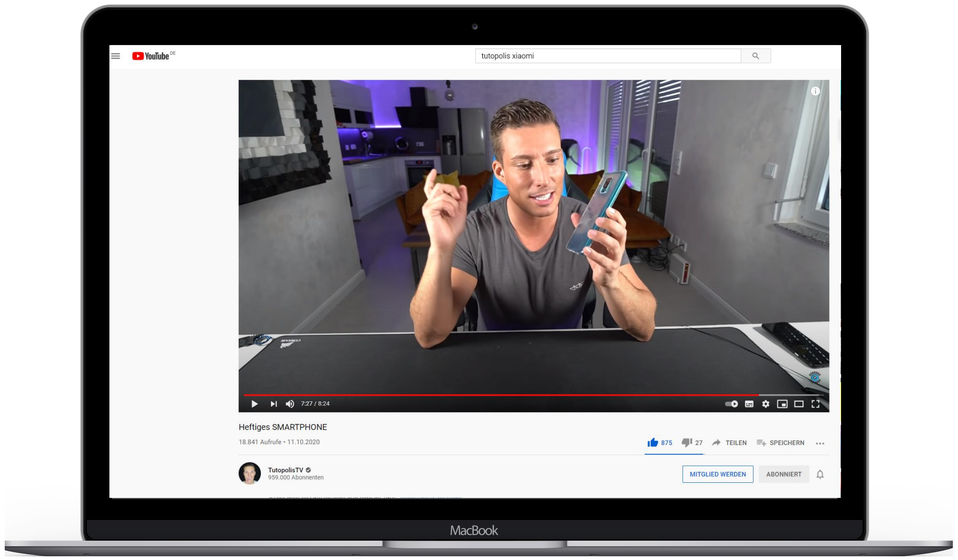
Quelle: https://adscanner.tv/de/unsere-arbeit/

Unterschiedliche Arten von Awareness…

… durch unterschiedliche Arten der Einbindung.







Eine Plattform, zwei verschiedene Ansätze

Von einem kurzfristigen Push zum langfristigen Erfolg.

Kampagne: Depot A

- **+61%** bestätigte Sales
- Verdopplung des EPC

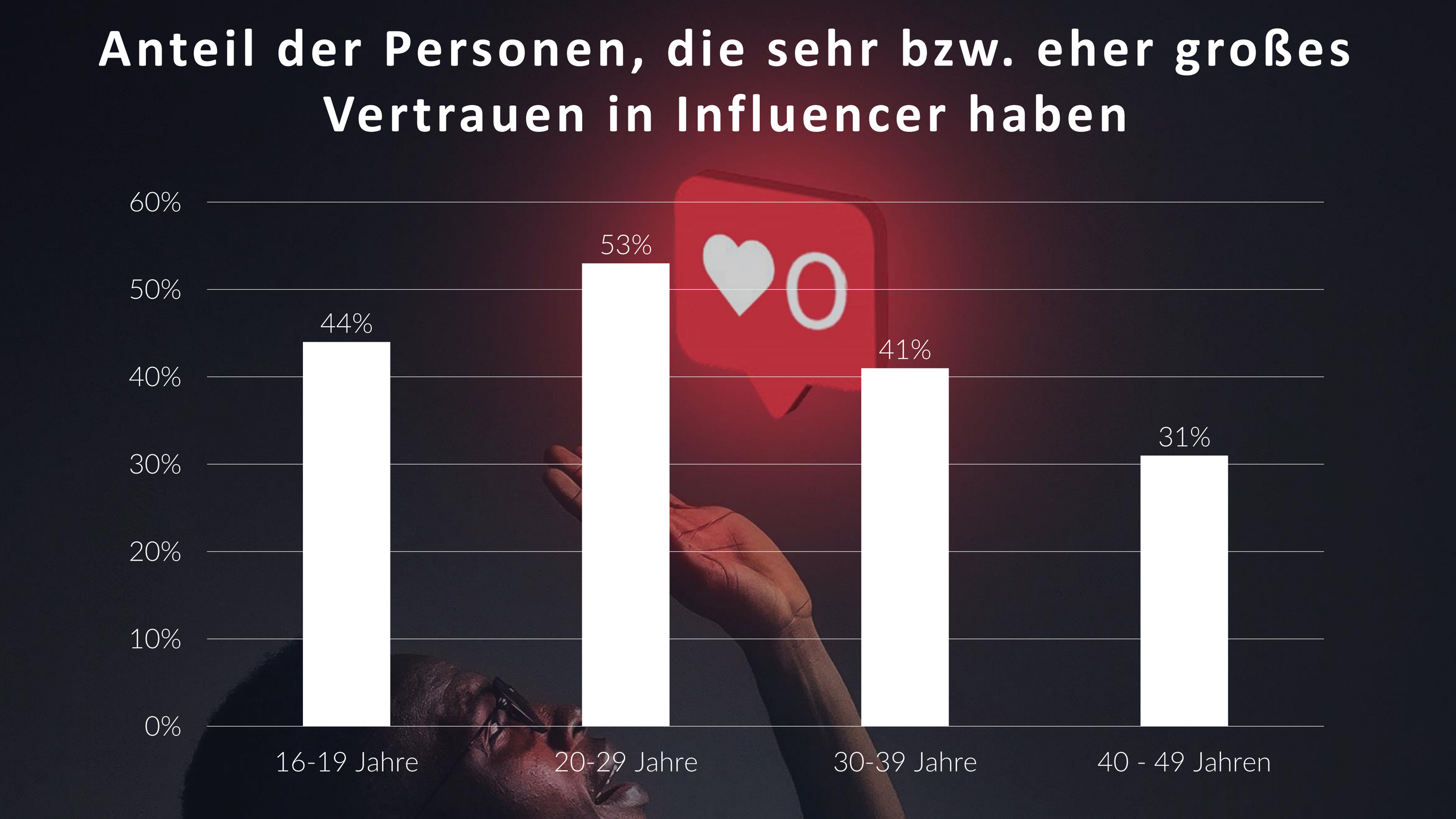
Markenbotschafter: Depot B

- Influencer Anteil des Programmvolumens: **70%** (innerhalb eines Jahres)

„[…] Influencer aus dem wirklichen Leben, die sich **leidenschaftlich** für das einsetzen, was sie empfehlen, [bringen] Verbraucher eher dazu, auf ihre Empfehlungen zu reagieren.“

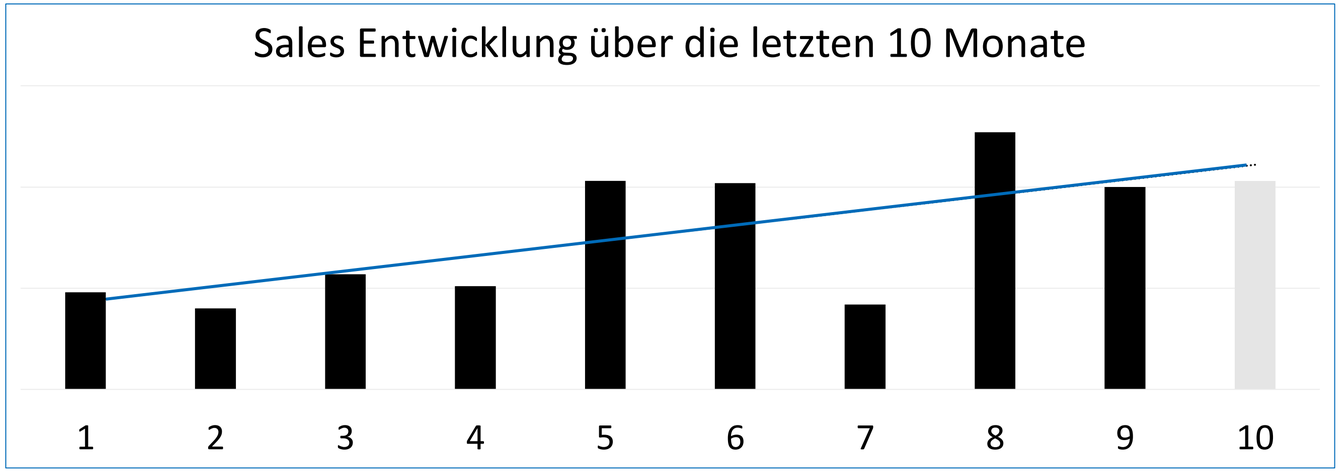
Brad Fay, Mitbegründer, COO und leitender Forscher der Keller-Fay-Gruppe, zu seiner Forschungsarbeiten seiner Gruppe über die Reichweite von Mikroinfluenzern.

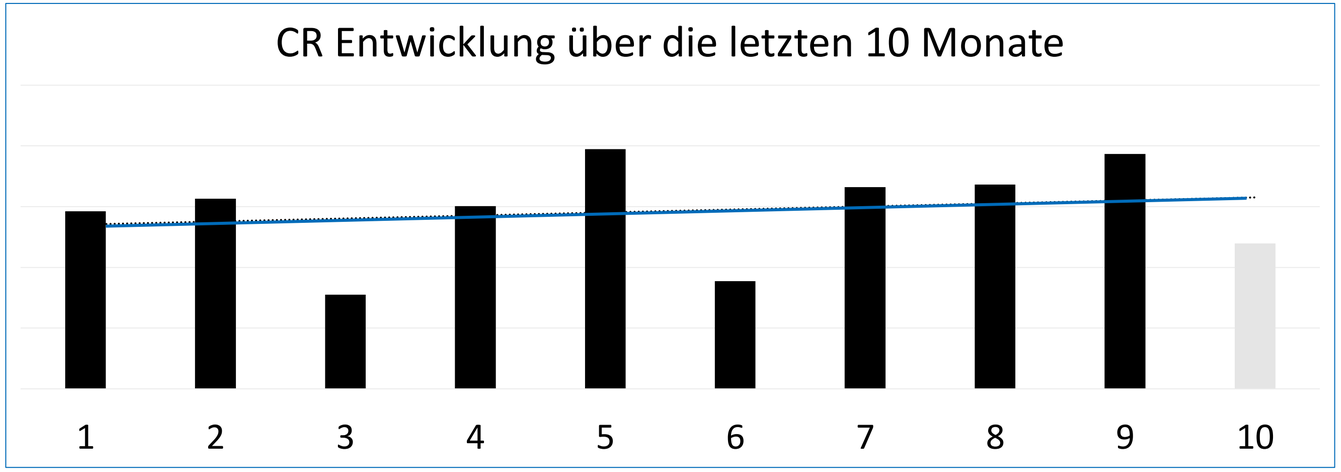
Anteil der Personen, die sehr bzw. eher großes Vertrauen in Influencer haben



Auch der Aufbau von Vertrauen zur Marke

benötigt Zeit.

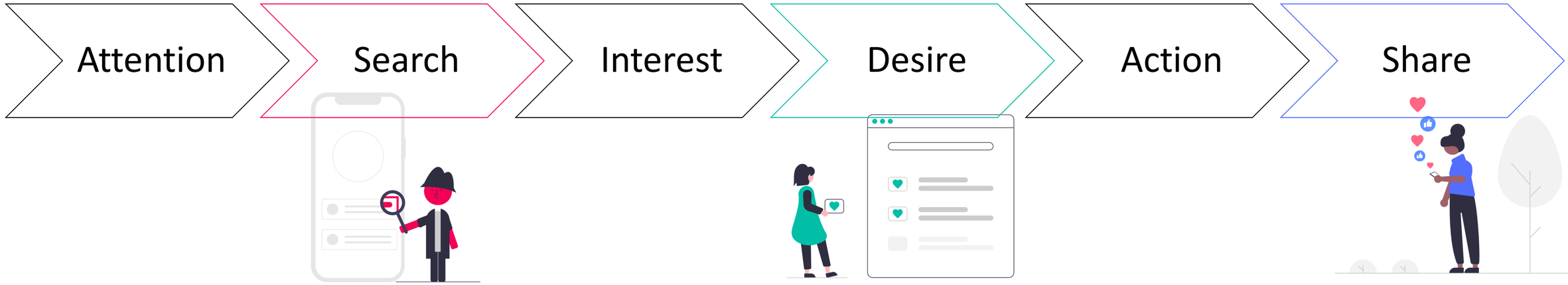




Fazit

Aus AIDA wird ASIDAS

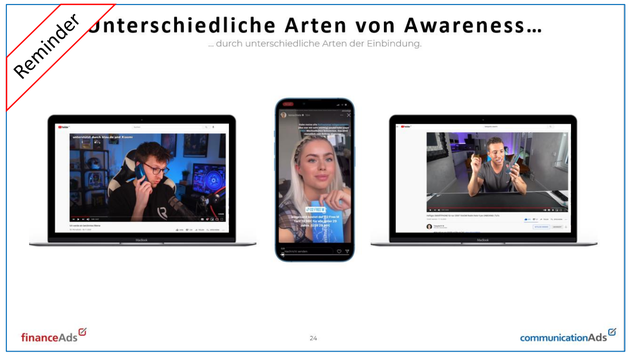
Um dem Einfluss von Social Media gerecht zu werden, wird das AIDA Modell erweitert

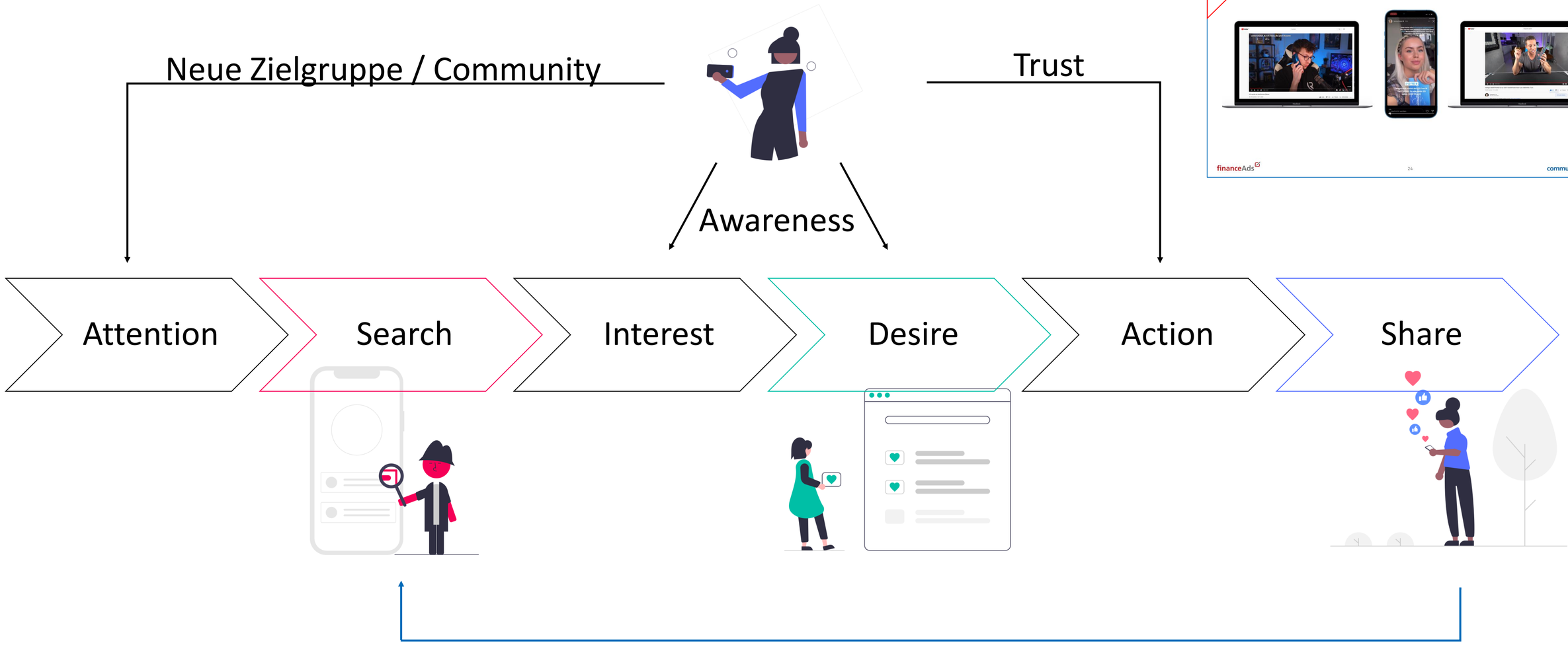


In Anlehnung an Langner, Anne-Kristin; Meyer, Leonie; Hansen, Nele (2021)

Aus AIDA wird ASIDAS

Um dem Einfluss von Social Media gerecht zu werden, wird das AIDA Modell erweitert





Influencer Marketing ist ein starkes Instrument,

bei dem viele Faktoren beachtet werden müssen.

Sophie Riedinger
Leitung Influencer Marketing

✉ s.riedinger@financeads.net
financeads.net

Maximilian Bardenheier
Key Account Manager und Lead Influencer Marketing

✉ m.bardenheier@communicationads.net
communicationads.net