

Brussel, 10 december 2019

Met het BeGood programma ! BeInfluence zet zich in om invloeds-marketing in te zetten ten dienste van de vrijwilligerssector. Een ethische & ondersteunende aanpak voor een goed doel.

Een jaar geleden lanceerde BeInfluence het **BeGood** programma, dat haar influencers de mogelijkheid biedt om een percentage van hun campagne vergoeding te doneren aan de verenigingen, ngo's en vzw's die partner zijn in de operatie. Zij profiteren er ook van door middel van invloedrijke campagnes ten dienste van de doelen die zij steunen.

In deze verbonden wereld waar we allemaal direct geïnformeerd kunnen worden over de grote problemen van de planeet zoals: ecologie, armoede, ziekte, oorlog, geweld,....

In deze vakantieperiode is het meer dan ooit goed om de geest van wederzijdse hulp en solidariteit met de wereld om ons heen in gedachten te houden.

In deze context, met de hulp van influencers die, voorbij de clichés, echte woordvoerders zijn, die de macht hebben om een boodschap beter over te brengen aan hun gemeenschap. Het **BeGood** programma biedt hen de mogelijkheid om volgens hun waarden te handelen.

In 2020 wil BeInfluence het **BeGood** programma intensiveren met de komst van de toepassing ervan in het begin van het jaar. En wie weet, de wereld op hun eigen manier beïnvloeden!

www.beinfluence.eu/begood

Persrelaties

Het Reclamebureau | The AD Agency - 82 Armelaan | 1040 Brussel België.

E: press@theadagency.be - T: +32 497 295 217

De bijdrage van de "**BeGood**" influencers in een paar cijfers:

sinds 1 jaar bestaat **BeGood** is:

7 NGO's en vzw's die lid zijn van het programma: Artsen zonder Grenzen, WWF, SOS Faim, GoodPlanet Foundation, UNICEF, de Belgische Vereniging voor de Strijd tegen Cystische Fibrose en de Belgische Cardiologische Liga.

72% van de BeInfluence influencers community zal al minstens één keer een percentage van hun vergoeding hebben bijgedragen aan het **BeGood** programma.

Momenteel **8.300€** gedoneerd in het kader van het **BeGood** programma.

Meer dan **6** campagnes uitgevoerd voor leden van het programma (Verenigingen, NGO's, non-profitorganisaties).

Meer dan **200.000** mensen bereikt door de campagnes met een gemiddelde engagement ratio van **15%** en een gemiddelde click rate van **8%**.

Meer informatie voor het persbericht:

"Wees goed!" Vooral als we het hebben over "invloed marketing" tijdens deze vakantieperiode. Door op sociale netwerken beelden te zien van jonge meisjes en jonge mannen die chocolade of een modeaccessoire van een paar honderdduizend abonnees promoten bij hun publiek, is dit vaak wat in de collectieve verbeelding opkomt. Het is waar dat invloeds marketing de laatste jaren een belangrijke plaats is gaan innemen in de communicatiestrategie van het merk. Ongetwijfeld om goede redenen: invloedrijke marketing genereert veel betere resultaten dan reclame op traditionele media (Radio, Print, OOH, Tv....).

Vooral als we het hebben over nano en micro influencers (content creators met tussen de 500 en 40.000 abonnees), de specialiteit van BeInfluence, die bijna uitsluitend samenwerkt met dit soort influencers waarvan de authenticiteit en impact veel groter is dan die van grotere influencers! Met een hoger rendement op de investering (gemiddelde ROI van 6,30€ per geïnvesteerde euro).

Het zou echter verkeerd zijn om de invloed van de invloedrijke partijen terug te brengen tot hun zuiver commerciële macht. Evenals het beperken van invloed marketing tot een strategie die uitsluitend is gereserveerd voor grote groepen en andere for-profit bedrijven.

Persrelaties

Het Reclamebureau | The AD Agency - 82 Armelaan | 1040 Brussel België.

E: press@theadagency.be - T: +32 497 295 217

Ngo's en Vzw's willen ook gebruik maken van de macht van influencers om hun humanitaire, sociale of ecologische doelen te steunen.

En ze hebben gelijk! Influence marketing is net zo effectief als, zo niet effectiever in het creëren van zichtbaarheid en het werven van donaties voor doelen die de influencers na aan het hart liggen, en het verhogen van de verkoop van een grote luxe groep.

Helaas blijft de vrijwilligerssector door een gebrek aan kennis / tijd / budget vaak in de ambachtelijke fase. Ook al zijn er grote evenementen die rechtstreeks van invloed zijn, zoals het "Z-Event" (een evenement dat in Frankrijk wordt gehouden en dat honderden streamers en youtubers één weekend lang samenbrengt om geld in te zamelen voor een vereniging, dit jaar het Institut Pasteur), toch zijn er nog steeds te weinig evenementen die te stipt en te stipt zijn en die vaak slechts één vereniging per keer steunen.

Daarom lanceert BelInfluence, na zich te hebben gepositioneerd als het toonaangevende agentschap in België voor " nano-micro influencers" voor merken, grote groepen en instellingen, sinds een jaar haar BeGood-programma.

Het **BeGood** programma zet zich in om verenigingen, ngo's en vzw's te ondersteunen bij hun missies, om hen in staat te stellen hun invloed strategie te ontwikkelen, en is opgedeeld in twee hoofdgebieden:

Telkens één van de meer dan **2.700** invloedrijke personen uit de BelInfluence-gemeenschap deelneemt aan een campagne voor een klant die noch een NGO noch een vzw is (bv. de Europese Commissie, de Brussels Beer Project Brewery of de Universit  Libre de Bruxelles), heeft hij of zij de mogelijkheid om een percentage van zijn of haar vergoeding bij te dragen aan het **BeGood** programma.

Deze donaties worden vervolgens verdeeld op basis van de affiniteit van de invloedrijke persoon die ervoor kiest om één van de partner verenigingen van het **BeGood** programma te steunen.

Elke **BeGood** partner kan ervoor kiezen om ofwel zijn donaties in te trekken om ze naar eigen goeddunken te gebruiken, ofwel om ze opnieuw te injecteren in een BelInfluence campagne om te profiteren van gratis of goedkope invloed campagnes!

Persrelaties

Het Reclamebureau | The AD Agency - 82 Armelaan | 1040 Brussel België.

E: press@theadagency.be - T: +32 497 295 217

Voor ngo's en vzw's die nog geen partner zijn in het **BeGood** programma, biedt Belinfluence acties met korting om hen op weg te helpen!

Het **BeGood** programma wordt steeds populairder bij de influencers, die het in 1 jaar tijd meer dan **8.300€** zullen hebben gegeven!

Onder de verenigingen, NGO's en vzw's zoals Artsen zonder Grenzen, WWF, UNICEF, de GoodPlanet Foundation, SOS Faim, de Association de Lutte contre la Mucoviscidose en de Belgische Cardiologische Liga, die de eerste begunstigen zijn van het programma en verschillende campagnes die tegen een lagere kostprijs werden gelanceerd.

Tot slot, met "klassieke" klanten of adverteerders. Die het **BeGood** programma zien als een kans om hun merk te koppelen aan sociale en milieu oorzaken.

Belinfluence wil haar BeGood-aanbod vanaf begin 2020 uitbreiden met de komst van haar aanvraag en zo NGO's en vzw's blijven ondersteunen in hun missies.



Categorieën: #INFLUENCERS #SOCIALMEDIA #MEDIA #MARKETING

Persrelaties

Het Reclamebureau | The AD Agency - 82 Armelaan | 1040 Brussel België.

E: press@theadagency.be - T: +32 497 295 217



Uw pers contact:

Voor alle informatieverzoeken & interviews

Pascal Wouters E: pascal@lagencedepub.be T +32 497 295 217

Meer informatie over het BeGood programma: <https://www.beinfluence.eu/begood>

BeInfluence is een nano-micro influencers marketing bureau, gespecialiseerd in het helpen van NGO's, instellingen en bedrijven om de naamsbekendheid op sociale media te vergroten, op een "native en niet-indringende" manier om de naamsbekendheid op sociale media op een inheemse en opdringerige manier te vergroten.

Een bureau dat dicht bij invloedrijke personen met waarden staat, samenwerkt met NGO's, instellingen en bedrijven die onze waarden delen en onvermoeibaar werken aan een betere wereld. (Artsen zonder grenzen....)

contact@beinfluence.eu | www.beinfluence.eu | [Page Facebook](#) | [Page LinkedIn](#)

BeInfluence

Start.Lab

48 Avenue Franklin Roosevelt,

1050 Brussel,

België

Persrelaties

Het Reclamebureau | The AD Agency - 82 Armelaan | 1040 Brussel België.

E: press@theadagency.be - T: +32 497 295 217