

WAT ZIJN DE GEHEIMEN VAN BEINFLUENCE? HET TOONAANGEVENDE BUREAU VOOR NANO-MICRO INFLUENCERS IN BELGIË.

De invloed van marketing neemt toe en er komen steeds meer invloedrijke bureaus, platformen en andere toepassingen in onze markt die dit kanaal gebruiken om onze campagnes te stimuleren.

De invloedrijke is de klomp; zelden te identificeren, te meten en te kapitaliseren.

BeInfluence, één van de toonaangevende agentschappen op de Belgische markt, onderscheidt zich in vele opzichten positief.

Dus wat zijn de geheimen van een succesvolle campagne met beïnvloeders.

BeInfluence geeft ons zijn recept (...)

In een tijd waarin alle marketeers zich afvragen hoe ze in België een succesvolle campagne met influencers kunnen voeren.

BeInfluence - onthult zijn recept

Ingrediënt #1 - "nano-micro"

Allereerst heeft BeInfluence de uitdaging aangenomen om samen te werken met nano-micro beïnvloeders.

Een strategie die logisch lijkt, aangezien het de grootste gemeenschap van beïnvloeders is. Zonder terug te komen op de fundamenten van de marketing invloed, een beetje focus op dit type influencer.

Dus wat is een Nano & Micro influencer ook wel een "niche influencer" genoemd?

De nano-influencer is de "Mr. Everyman" van marketing invloed met een gemiddelde van 500 tot 3000 /subscribers, tot 7000 /subscribers.

Hij becommentarieert, deelt en deelt producten en diensten, en houdt van of houdt niet van producten en diensten - hij doet een sterke aanbeveling. Door een bepaald aantal nano-influencers te zijn, kunnen ze de reputatie van een merk beïnvloeden. De micro-influencer heeft over het algemeen minder dan 50.000 /subscribers en is minder zichtbaar dan de macro-influencer.

Toch zijn deze engagement rates over het algemeen hoger dan die van zijn macro-collega omdat de micro zich vooral richt op het engagement van zijn gemeenschap.

Een boeiende observatie voor dit type influencer, gebaseerd op het vertrouwen van zijn abonnees, wordt de micro-influencer als authentiek beschouwd.

BeInfluence is de leider in België met meer dan 2.500 geregistreerde influencers.

"Het is niet alleen het getal dat het verschil maakt, met 100 nano-micro beïnvloeders is uw boodschap beter verspreid dan met een handvol micro beïnvloeders en andere top 50 sterren.

Ingrediënt #2 - "Authenticiteit".

Authenticiteit is een essentieel element van BeInfluence's recept met zijn beïnvloeders.

De nano-micro Influencer is authentiek in zijn eigen thema en specialiteit. Deze maker van de inhoud zal niet op zoek gaan naar een oppervlakkige bekendheid, hij wil vooral zijn gemeenschap delen en helpen.

Persrelaties

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

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

Ingrediënt #3 - "Creativiteit".

Vaak actief op Instagram, facebook of pinterest; netwerken waar het beeld onder het ornament van brandende en steeds meer gepersonaliseerde filters heerst.

De beïnvloeder moet een creatieve, zelfs een eigen soort kunstenaar zijn. Het zal inderdaad inventiever moeten zijn om zich te onderscheiden en merken in staat te stellen zich te onderscheiden van de menigte in de onophoudelijke stroom van inhoud en informatie die elke dag/uur/ minuut wordt gepubliceerd.... Een creativiteit die een reële impact blijkt te hebben op de campagnes.

Ingrediënt #4 - "Beïnvloed gemeenschap".

Delen" met de eigen gemeenschap is essentieel voor de beïnvloeder, maar verder dan zijn passies en activiteiten op sociale netwerken.

Het is een "Beïnvloed-gemeenschap": omdat het dicht bij onze beïnvloeders staan om hen beter te leren kennen (in het echte leven) is een sterk punt in onze aanpak". Iets dat een platform niet toestaat.

Wees rustig met zijn gemeenschap van beïnvloeders

Precies om zijn gemeenschap beter te kunnen verenigen en zijn gemeenschap BeInfluence te ontmoeten, georganiseerd op 25 september, is Be Chill de eerste bespreking van Belgische invloedrijke personen. in het "Café Le Flore" in de bossen van de Brusselse kamferbomen.

Een succes voor deze eerste editie van Be Chill, die meer dan 200 geïnspireerde influencers heeft verwelkomd en +350 verhalen en publicaties heeft gegenereerd die meer dan 400.000 mensen met +1 miljoen impressies hebben bereikt. Dit alles in de ruimte van een avond....

Meer informatie - Persbericht: BELGISCHE BEÏNVLOEDERS HEBBEN HUN NAWERK - WEES RUSTIG!

Ingrediënt #5 - "Waarden".

Een positief en ethisch perspectief met waarden die gedeeld worden door de BeInfluence gemeenschap.

Het ondersteunen van NGO's, instellingen die onze waarden delen en onvermoeibaar werken aan een betere wereld.

De BeInfluence gemeenschap staat ten dienste van de goede doelen! en heeft al meer dan 6000€ geschonken aan NGO's!

Persrelaties

Boris Kaisin: "Thomas had het idee om ons in dienst te stellen van verenigingen en NGO's. We wilden iedereen in staat stellen om met zijn contacten de zaak te verdedigen die voor hem of haar zinvol was. In het voorjaar van 2017 hebben we besloten om te beginnen met het aanvragen van Artsen zonder Grenzen."

Ingrediënt #6 - "Performance & Results".

Orkestreer tot slot alle ingrediënten die een marketing beïnvloedings campagne tot een succes maken!

"Resultaten (ROI) is het logische resultaat van ons werk met beïnvloeders" BeInfluence

Resultaten die voor zich spreken:

Een recept dat zijn waarde heeft bewezen, want na 2 jaar bestaan heeft BeInfluence de kans gehad om haar model te testen en haar klanten tevreden te stellen: agentschappen en hun merken.

Beïnvloeding in enkele "kerncijfers":

11%, gemiddelde betrokkenheid graad van onze meer dan 40 campagnes.

6%, gemiddelde click rate op onze 40+ campagnes.

30%, deel van de bevolking dat al een boodschap heeft gezien via een BeInfluence campagne.

*Meer vergelijkende cijfers en statistieken over resultaten ten opzichte van de markt (op aanvraag).

Overtuigd door ons recept?

Nieuws & Afspraken: 16 & 17 oktober: BeInfluence en haar team zullen aanwezig zijn als startup exposant voor de 14e editie van Digital First 2019 in Tour & Taxis.

Persrelaties

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

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

Uw contact

Voor alle informatieverzoeken & interviews

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

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