

Jak využít mikroinfluencery pro online marketing? / Žebříčky nejvlivnějších mikroinfluencerů

Mikroinfluenceri jsou žhavým tématem současného online marketingu. Zatímco dříve jsme se nechávali inspirovat a ovlivňovat při nákupním chování reklamou v televizi, nyní se stále více pozornosti soustředí směrem k sociálním sítím a influencerům, ke kterým vzhlíží jejich fanoušci. Největší zájem budí Instagram jako oáza inspirace a přísun nových trendů. Osobnosti, které svým profilem na Instagramu zaujmou větší část publika, mají sílu ovlivňovat nákupní rozhodnutí a vůbec vzbudit u svých fanoušků zájem o určité produkty/značky. Agentura LCG New media sestavila hned 3 žebříčky nejvlivnějších mikroinfluencerů.

Online svět se rychle mění, a zatímco ještě před nedávnem se některé značky soustřeďovaly spíše na influencers s velkým počtem sledujících, nyní se pozornost přesouvá směrem k mikroinfluencerům. Pokud se pro tento typ spolupráce rozhodnete, čeká vás sice hodně práce při komunikaci s jednotlivými mikroinfluencery, každopádně výsledky kampaně mohou předčít očekávání. Jste-li velká značka, vytipujte si několik mikroinfluencerů a dosahy kampaně při nasčítání výsledků mohou být vyšší než při spolupráci pouze s jedním z TOP influencerů. Pokud máte menší značku, dejte si tu práci s vytipováním a oslovením ideálního mikroinfluencera, který naprosto přesně odpovídá profilu vaší značky.

Nezapomínejte na osobní přístup a hledání relevantních osobností. Myslete originálně při nastavení kampaně a především pracujte s mikroinfluencerem na co nejpřirozenějších výstupech. Na Instagramu se rozhodně nenosí, aby reklama z fotky či z instastories křičela. Z těchto důvodů je ideální, když mikroinfluencer je s vaší značkou naprosto ztotožněný, a jeho diváci tak přijmou „reklamní“ sdělení bez sebemenších pochybností.

Další výhodou ve spolupráci s mikroinfluencery je fakt, že postupně s ním může vaše značka růst. Čísla sledujících u mikroinfluencerů se mění každým dnem, a když objevíte osobnost, která má skutečně potenciál a přináší zajímavý obsah, brzy se z ní může stát TOP influencer. Další doporučení tedy je, dívejte se na spolupráci s mikroinfluencery z dlouhodobé perspektivy, nedělejte jednorázové akce a snažte se jim porozumět. Jsou to osobnosti, které vyznávají své určité životní postoje a přesvědčení – a to je pro ně ve většině případů zásadní.

Jména TOP influencerů jsou všem, kdo se v této oblasti už nějaký ten pátek pohybují, známa. Kdo se ale skrývá pod pojmem „mikroinfluencer“? Přinášíme vám rovnou 3 žebříčky mikroinfluencerů od 10 až do 70 tisíc sledujících. V žebříčku najdete zastoupení

ze všech oblastí – od youtuberů, herců, modelek, až po tanečnice, strongmany či cestovatele. Podívejte se na seznam inspirativních mikroinfluencerů, protože zítra už může být všechno jinak.

Více informací naleznete na webu www.lcgnewmedia.cz/

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizitních kanálů a budování značky skrze sociální síť. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držiteli certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelnová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více info na www.lcgnewmedia.cz/.
