

**Tisková zpráva**

Praha, 7. listopadu 2020

---

## **Jak vybrat mikroinfluencera pro vaši značku? LCG New Media představuje jedinečný žebříček**

**Influencer marketing si už dávno ukousl svůj díl z budgetu většiny společností a jde o běžnou složku komunikačního mixu. Mnohé společnosti ale stále stojí v nejistotě před rozhodnutím, zda se spojit s velkým influencerem nebo svou důvěru vložit do rukou mikroinfluencera. A když, tak kterého? Správně se rozhodnout vám pomůže žebříček mikroinfluencerů, který pro rok 2020 sestavila agentura LCG New Media, která se na spolupráci s influencersy na sociálních sítích specializuje.**

Mikroinfluencer má zpravidla tisíce až desetitisíce sledujících, za velkého influencera je pak považován ten s vyššími desítkami tisíc až stovkami tisíc sledujících. Obě možnosti mají nespočet pro a proti.

### **Velcí influenceři**

Mezi hlavní důvody pro spolupráci s velkým influencerem patří vyšší zásah, což je velká motivace pro spoustu společností. Ty nakonec zvolí tuto variantu a investují nemalý obnos peněz do výstupů na profilu se stovkami tisíc sledujících. „Příkladem takového influencera může být například Attila Végh, se kterým jsme navázali spolupráci pro launch doplňku stravy Supradyn na Slovensku. Podařilo se díky tomu velmi rychle zajistit zajímavý zásah a podíl na tamějším trhu. Vždy je však potřeba kombinovat takto velkého influencera s dalšími komplexními komunikačními kanály,“ vysvětluje Vojtěch Lambert z LCG New Media. Velcí influenceři totiž většinou nemají kapacitu s fanoušky komunikovat v takové míře jako jejich menší kolegové nebo mají dokonce manažery, kteří jim profily spravují. Někteří větší influenceři navíc ztrácejí důvěru publika vlivem množství reklam, které na svém profilu sdílejí. Existuje i mnoho společností, které si pro spolupráci vyberou velké influencersy, u kterých si ale nemohou dovolit pravidelnější výstupy. U těchto spoluprací můžeme mluvit o zásahu lidí, ale absenci většiny dalších benefitů plynoucích z podstaty influencer marketingu. Tyto výstupy většinou postrádají autenticitu a důvěryhodnost.

### **Mikroinfluenceři**

Výhodou spolupráce s mikroinfluencerem je, že většinou komunikujete k loajálnějšímu publiku. Mikroinfluencer mívá také autentičtější obsah a výrazně vyšší míru zapojení sledujících, kdy i sám influencer je schopen s fanoušky interagovat a budovat s nimi vztah. „Spolupráce s více mikroinfluencery je nejčastější varianta, kterou pro klienty děláme. Dává taky největší smysl. Mikroinfluencer se často stane i ambasadorem značky, dokáže dělat velmi autentické výstupy a má více času na přípravu a kvalitu obsahu. To pomáhá značce. I pro velké nadnárodní značky se tak influencer marketing čím dál častěji ubírá směrem výběru několika menších před většími. Touto cestou jdeme například společně se značkou HONOR. Influencers s menším zásahem dokáží často lépe aktivovat svoji komunitu,“ dodává Lambert. Do rozhodování samozřejmě vstupuje také faktor času a peněz. Obecně je doporučováno se primárně zaměřit na relevanci daného

influencera z hlediska zaměření jeho profilu a následně až pak na jeho velikost. Ideální je pak nakombinovat větší influencersy s těmi menšími.

Pokud vás tyto body přesvědčily a chybí vám už jen vhodně zvolený mikroinfluencer, pomůže vám stručný přehled mikroinfluencerů různých velikostí z různých oblastí, kteří mají signifikantní úroveň zapojení sledujících a mohou být ti praví pro vaši značku.

LCG New Media pracuje pro BAYER, STOCK, HONOR (Huawei), CinemaCity, Schuelke, festivaly HradycZ, MAPO Group, Nemocnici Šumperk, Loterii Korunka, Festo, Grandhotel Pupp, Bondster, Perrigo a další firmy. V referencích má společnosti jako Omega Pharma, Bubbleology, Edenred, BTL, Tour Espana, ERV pojišťovna, ERGO, BigBoard nebo Ferring. Více informací najdete na [www.lcgnewmedia.cz](http://www.lcgnewmedia.cz).

**Kontakt pro média:**

**Martin Eckstein**

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: [martin@eckstein.cz](mailto:martin@eckstein.cz)

---

**O LCG NEW MEDIA:**

*LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizitních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/).*

---