

CADOCIAL GRATIS E-BOOK

digital marketing

#6



*#cadocial
Influencers*

01

Werken met influencers... Do or don't? 7 tips om slim influencers in te zetten

Influencermarketing kan zó een fantastische meerwaarde zijn voor jouw merk!

Ik werk bij [@Maisonslash](#) dagelijks voor grote merken en we zetten heel vaak influencers in om een campagne meer “body” te geven. Ook voor kleinere bedrijven kan het slim zijn om met influencers te werken.

Zo zette ik vorig jaar een samenwerking op tussen juwelenmerk [@Billyrose.be](#) en Anne van [@MamavanVijf](#). Dankzij het bereik van Anne leerden heel wat nieuwe mensen het merk kennen. Ook voor de influencer was dit een leuke samenwerking, omdat ze haar eigen collectie mocht ontwerpen.

Wil je samenwerken met influencers? Houd dan altijd deze tips in het achterhoofd:

- 1** Zorg dat je **een plan** hebt. Stel je altijd de vraag: wat wil ik bereiken met deze samenwerking? Communiceer ook duidelijk je doelstelling met de influencer.
- 2** Zorg voor een influencer die **100% past bij je merk**. Het heeft geen enkele zin om iemand te kiezen enkel op basis van het aantal volgers. Sommige influencers kopen volgers. Dat is totaal nutteloos, want dan bereik je helemaal niet de juiste mensen voor je merk.
- 3** Zorg voor **duidelijke afspraken**. Wat verwacht je van de influencer? Hoeveel posts? Op Instagram? Youtube? Facebook? Wordt hij betaald of krijgt hij iets in ruil? Wanneer moet hij/zij posten?
- 4** Vraag de influencer om vooraf zijn creaties goed te **keuren**. Zo kom je niet voor verrassingen te staan.
- 5** Vraag om de juiste **(hash)tags** te gebruiken.
- 6** Stuur de influencer nog een **reminder de dag vóór publicatie** met een korte samenvatting van jullie afspraken.
- 7** Vraag naar **de statistieken** van de influencer na afloop van de samenwerking. Zo kan je beslissen of je volgende keer nog wil samenwerken.



Virtuele influencers

Wie? Wat? Waar? Hoe? Iets voor jou?

02

Virtuele influencers bestaan écht!

Wel ja... ze zijn virtueel, dus het zijn geen échte mensen, maar het fenomeen is wel een realiteit.

Denk bijvoorbeeld aan [@Shudu.gram](#), zij is een creatie uit het brein van topfotograaf cameron.gram en noemt zich “het eerste wereldberoemd digitaal supermodel”.

Ze gaat net als echte influencers samenwerkingen aan met merken, ondanks dat ze geen “echt” levend wezen is. Zo wordt de grens tussen echt en nep natuurlijk heel erg dunnetjes.

“Échte” influencers tonen natuurlijk ook niet altijd het “échte” leven. Ze brengen **een verhaal, creëren een imago** en proberen hun publiek te **inspireren**. Op dat vlak verschillen de virtuele types dus niet zo heel erg veel van de traditionele influencers.



De hype is momenteel vooral voelbaar in Amerika. Benieuwd of hij zal overwaaien naar ons land.

Gaat Vlaanderen voor de influencers die de filters en fakejes achter zich laten zoals [@jitskevandeveire](#) of staan we open voor de virtuele influencers?

dankjewel

Fijn dat je tot het einde hebt meegelezen!
Hopelijk heb je iets opgestoken van de tips en ben
je nu helemaal klaar om zelf aan de slag te gaan.

Smaakt dit naar meer? Neem dan eens een kijkje
in onze andere e-books via de link hieronder.

download andere e-books



strategy



e-mail
marketing



instagram



ads



facebook

Cadocial



Cado
Founder | Cadocial

Als je zelf opmerkingen hebt, geef deze dan door via cado@cadocial.be
want de wereld van de digitale marketing is constant in verandering
en het is altijd mogelijk dat de info moet geüpdatet worden.

CONTACT

0473/92.37.39
cado@cadocial.be
www.cadocial.be