A perfect match? – Wie der Influencer Fit messbar wird

Ein Best Case anhand des YouGov-Modells zur Messung der Influencer Effizienz

HORIZONT Bewegtbildgipel 22.11.2017

Agenda

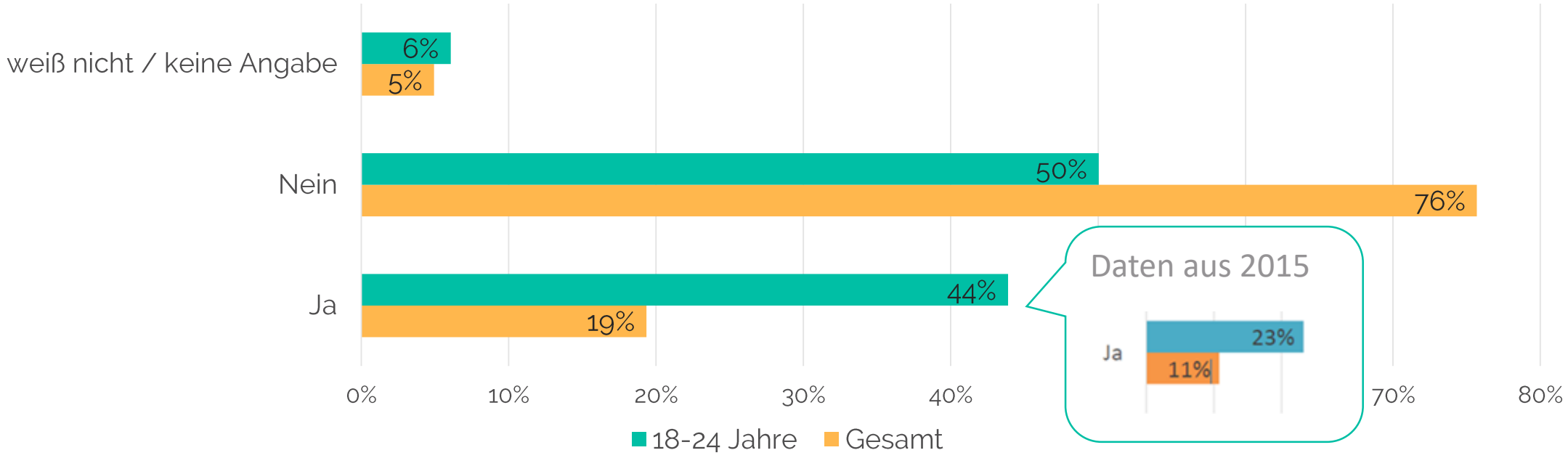
1. Warum Influencer Marketing so wichtig ist
2. Was die Herausforderung ist
3. Das Modell in der Theorie
4. Best Case – Influencer-Fit in der Praxis
5. Ausblick

YouGov

Warum Influencer Marketing so wichtig ist …

Product Placement bei YouTube kann wirken

Haben Sie schon mal ein Produkt gekauft, nachdem Sie es im Video eines YouTubers gesehen haben?



Slide 3

Basis: An der Befragung zwischen dem 07.11 und dem 09.11.2017 nahmen 2046 Personen teil. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung (Alter 18+).
*Quelle: YouGov OmnibusDaily

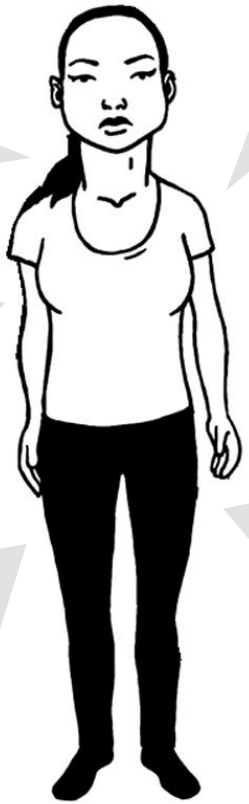
YouGov

Was die Herausforderung ist …

Searching for Mr or Ms Right:
Wer ist der passende und glaubwürdige Botschafter für meine Marke? Wie finde ich diesen Influencer? Ist er offen für Kooperationen?

Lost in data:
Es gibt unzählige Kennzahlen - aber welche sind relevant und wie sind diese zu interpretieren? Reichweite ist nicht alles …

Work as a team:
Wie stelle ich sicher, dass die gewünschte Markenbotschaft transportiert wird? Wie gut lässt es sich mit dem Influencer zusammenarbeiten und wie viel kreativen Spielraum braucht er? Wirkt er an der Kampagnenevaluation mit?



Oh shit:
Wo sind die Grenzen? Was wirkt authentisch und sympathisch und was ist zu durchschaubare klassische Werbung, die Reaktanz hervorruft?

Tell your CFO:
Wie kann ich belegen, was das Placement bringt? Auf welche KPIs zahlt das Placement ein (z.B. Awareness, Relevant Set)?
Gibt es kontinuierliche Messinstrumente, die diese Daten erheben? Lässt sich der ROI berechnen?

YouGov

3. Das Modell – in der Theorie

Forschungsfragen die das Modell beantwortet

Vorbereitung

Selection

Einfluss

- Wie gut erreiche ich meine Zielgruppe? Welchen Einfluss kann der Influencer auf meine Zielgruppe nehmen?

Eignung

- Wie kann ich vorher abschätzen, ob der Influencer zur Marke passt bzw. welcher Influencer die beste Wahl wäre? Wie glaubwürdig/authentisch ist der Influencer?

Pre-/Post Launch

Impact

Erfolg

- Generiert die Kampagne Aufmerksamkeit? Wie wirkt das Placement?
- Wie erfolgreich wird die Botschaft/das Branding transportiert?

Post Kontrolle

ROI

Effizienz

- Hat das Placement Einfluss auf zentrale KPIs (z.B. Awareness, Consideration, Image, Kaufbereitschaft, Weiterempfehlung)?
- Rechnet sich das Placement? In welcher Währung?

YouGov

Modell mit 4 Modulen zur Messung der Influencer Effizienz

1. Einfluss

- **Reichweite** (Follower-/ Abonnentenzahl)
- **Resonanz** (Interaktionsrate)
- **Referenz** (Vernetzung)
- **Relevanz** (Themen-Affinität, Haltung, Expertise)

2. Eignung

Quantitative Befragung Influencer Fit

- Vertrautheit, Sympathie, Nähe etc.
- Assoziationsprofil
- Markenpassung

3. Erfolg

- Monitoring Views, Comments, Likes, Shares
- Befragung der Follower zu wenigen, zentralen Werbewirkungs-KPIs (Awareness, Likeability, Relevant Set, First Choice, Recommendation)
- Testung der konkreten Platzierung innerhalb von YouTube Videos mit YouGov Reel

4. Effizienz:

- Monitoring Registrierungen, Verkaufszahlen etc.
- Monitoring zentraler KPIs in kontinuierlichen Markentrackings wie dem YouGov BrandIndex

YouGov

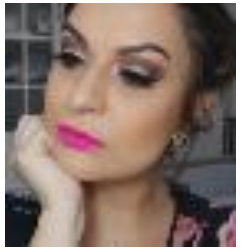
4. Best Case – Influencer Fit in der Praxis

XXXL SOMMER FASHION HAUL - meine INSTAGRAM

128.000 Aufrufe • vor 3 Monaten

Mein 5 Minuten Alltagslook + 3€ LIPGLOSS für weiße

67.000 Aufrufe • vor 3 Wochen



Geburtsbericht / Gefühle danach / Ebru

242.000 Aufrufe • vor 2 Monaten

Führerschein und Fahrschule | Die Lochis

190.000 Aufrufe • vor 1 Monat

10 YOUTUBER in 100 Sekunden (Julien Bam, Bibi,

114.000 Aufrufe • vor 3 Monaten

DINGE die KINDER NICHT sagen!

721.000 Aufrufe • vor 1 Woche

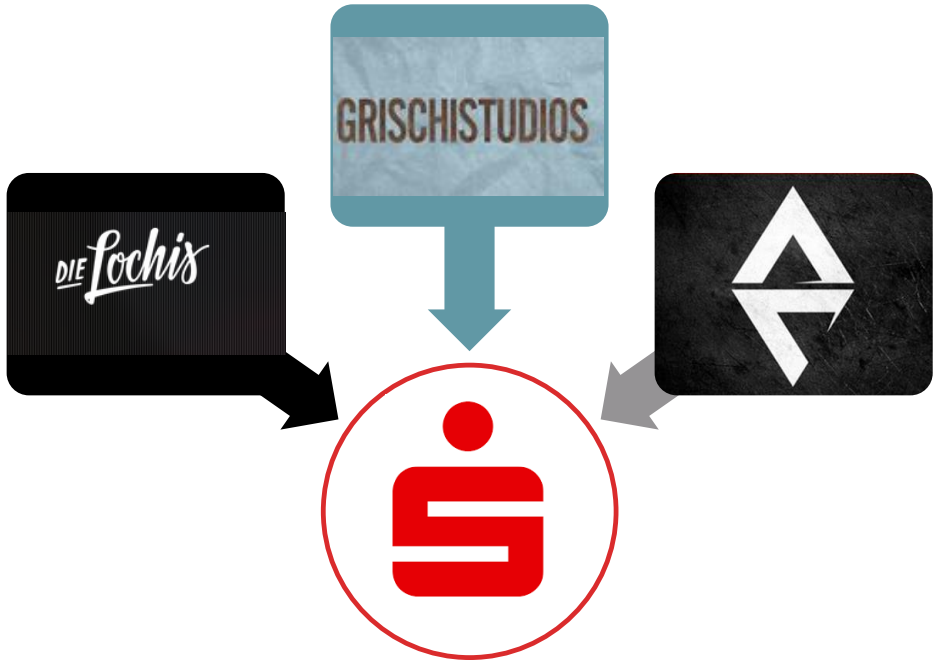
YouGov

Testszenarien

Case 1

Zielgruppe: Frauen, 14-34 Jahre
Regelmäßige Nutzung von Instagram
Keine Ablehnung von Pauschalreisen

Case 2



Zielgruppe: 14-24 Jahre
Regelmäßige Nutzung von YouTube

Modul 1: Einfluss - Reichweite & Interaktion

Influencer	Follower	Ø Comments letzte 10 Posts	Comments Follower Ratio	Ø Likes letzte 10 Posts	Like Follower Ratio
Snukieful	204.000	86,7	0,04%	15.030	7,37%
DIANA ZUR LÖWEN	619.000	119,7	0,02%	14.007	2,26%
Ebru Ergüner	164.700	170,5	0,10%	5.580	3,39%

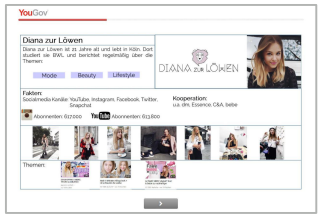
Stand Mitte November

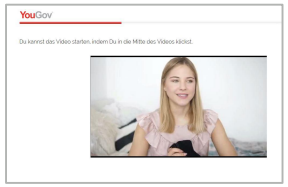
YouGov

Modul 2: Eignung Influencer Fit

- Quantitative Online-Befragung im YouGov Deutschland Panel
- 3:1 – welcher von 3 Influencern passt am besten zur Marke
- Influencer werden randomisiert mit Factsheet und kurzem Videozusammenschnitt vorgestellt
- Min. n=300 pro Testung
- Interviewdauer ca. 16 Minuten
- Vergleichende Bewertung mittels Placement-Skalen

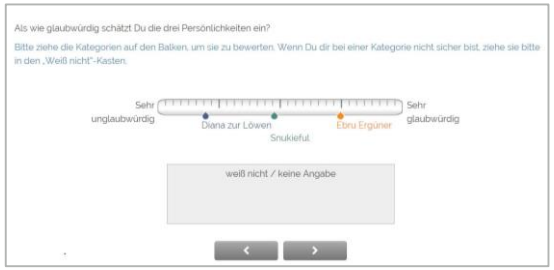
1 Präsentation der Influencer mittels Factsheet & Video





2 Bewertung Vertrautheit, Sympathie, Nähe, Inspiration, WoM-Faktor

3 Vergleichende Bewertung (Placement) u.a. einzigartig, unverbraucht, cool…



4 Markenbewertung (Bekanntheit, Likeability, Reputation, Consideration, Recommendation)

5 Brand Fit (Placement) z.B. Passung, Glaubwürdigkeit

6 Präferenz für die Zusammenarbeit mit der Marke und Begründung

YouGov

YouGov

Diana zur Löwen

Diana zur Löwen ist 21 Jahre alt und lebt in Köln. Dort studiert sie BWL und berichtet regelmäßig über die Themen:

Mode | Beauty | Lifestyle

DIANA zu

Fakten:

Socialmedia Kanäle: YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat

Kooperati
u.a. dm, Ess

Abonnenten: 617.000

YouTube Abonnenten: 613.800

Themen:

YouGov

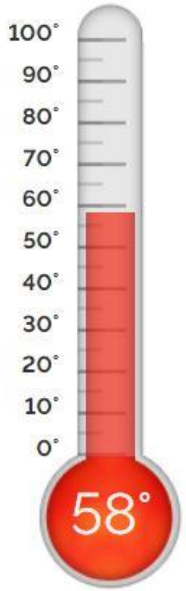
Du kannst das Video starten, indem Du in die Mitte des Videos klickst.

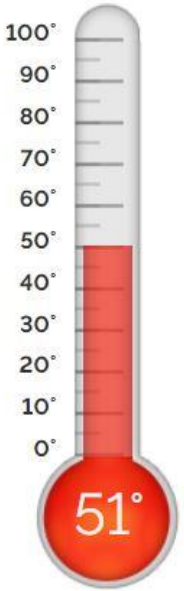
YouGov

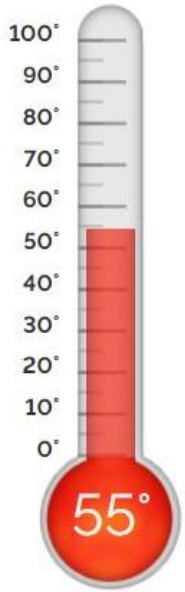
Modul 2: Eignung – Placement Skalen

Modul 2: Eignung – Ergebnisauszug

Wie sympathisch ist Dir der *Influencer*? Bitte klicke auf das Thermometer um eine Bewertung abzugeben. Je wärmer bzw. heißer das Thermometer ist, desto sympathischer ist Dir der *Influencer*



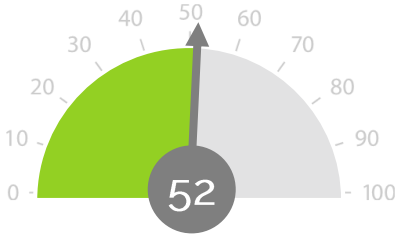
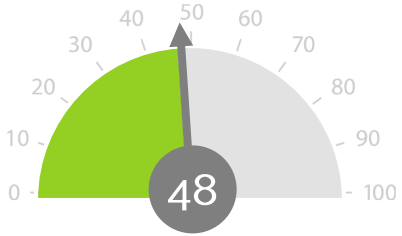
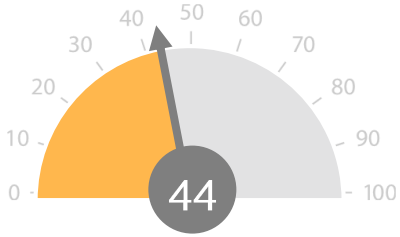
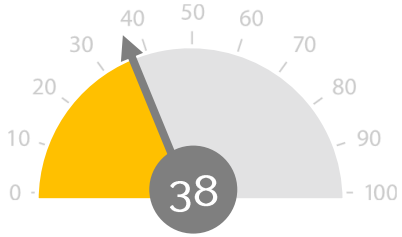
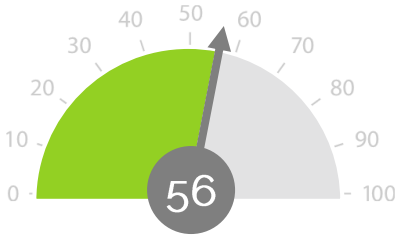
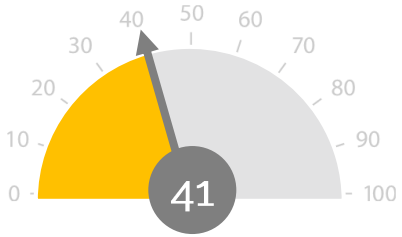




Basis: alle Befragten, n=239-320; Angaben: Mittelwerte

YouGov

Modul 2: Eignung – Ergebnisauszug

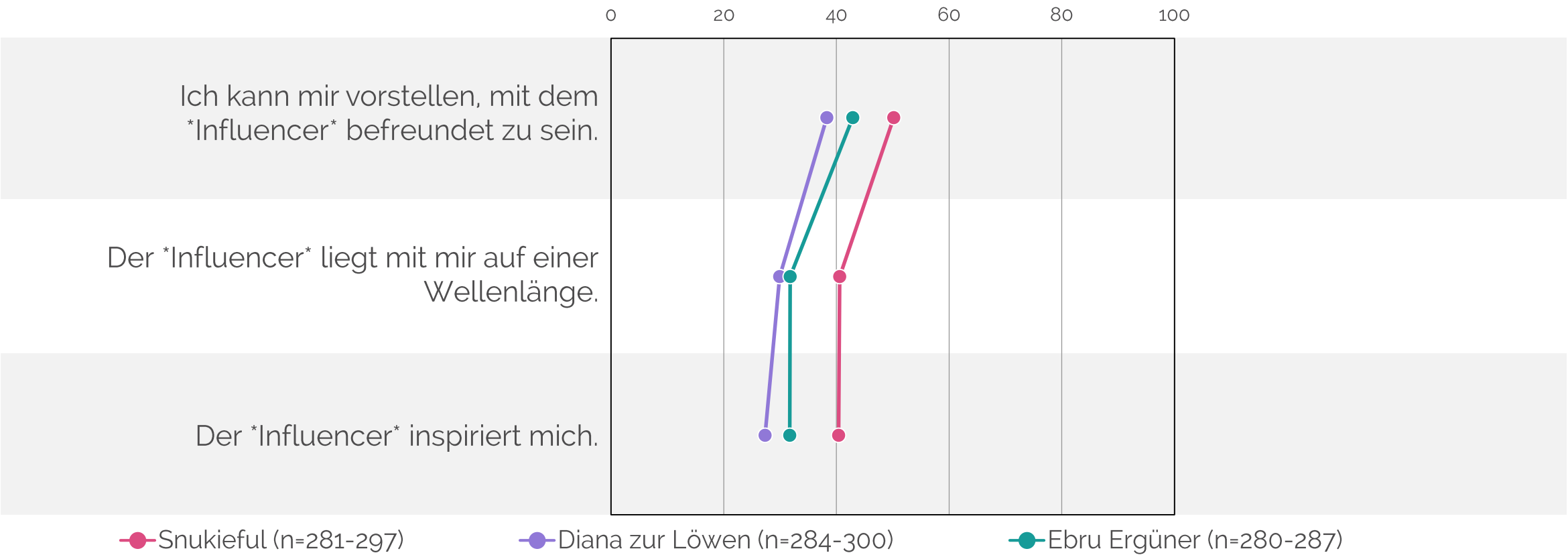
	Glaubwürdigkeit	Passt gut zu Neckermann
		
DIANA ZUR LÖWEN		
		

Basis: alle Befragten, n=239-320; Angaben: Mittelwerte

YouGov

Modul 2: Eignung – Ergebnisauszug

*Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu dem *Influencer* auf Dich persönlich zu?*



Basis: alle Befragten; Angaben in %; Darstellung: Top2Boxes („trifft voll und ganz zu" / „trifft eher zu")

YouGov

5. Ausblick – wie es weitergeht

Erfolgsmessung

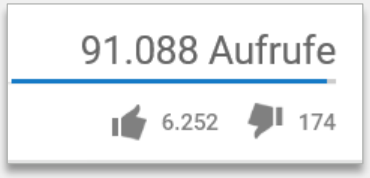
Optional

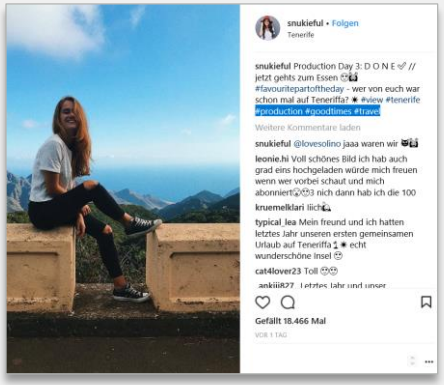
Befragung der Follower

- Influencer postet im Nachgang Link zur Kampagnenevaluation
- Aktivierende Einladung zur Umfrage durch den Influencer notwendig
- Reduzierung auf die wichtigsten Kennzahlen (Awareness, Likeability, Credibility, Relevant Set …) um die Befragung möglichst kurz zu halten
- Fragebogenprogrammierung und Auswertung durch YouGov

Monitoring der Kennzahlen

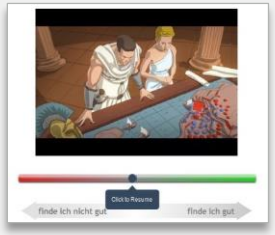
- Clicks, Comments, Likes, Shares …
- Inhaltsanalyse

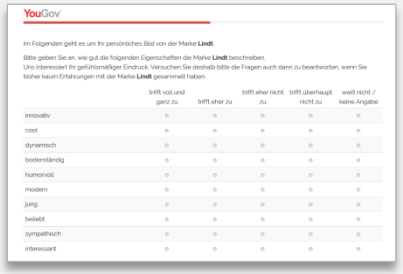




Überprüfung der Markenpräsentation/ -botschaft in Videos

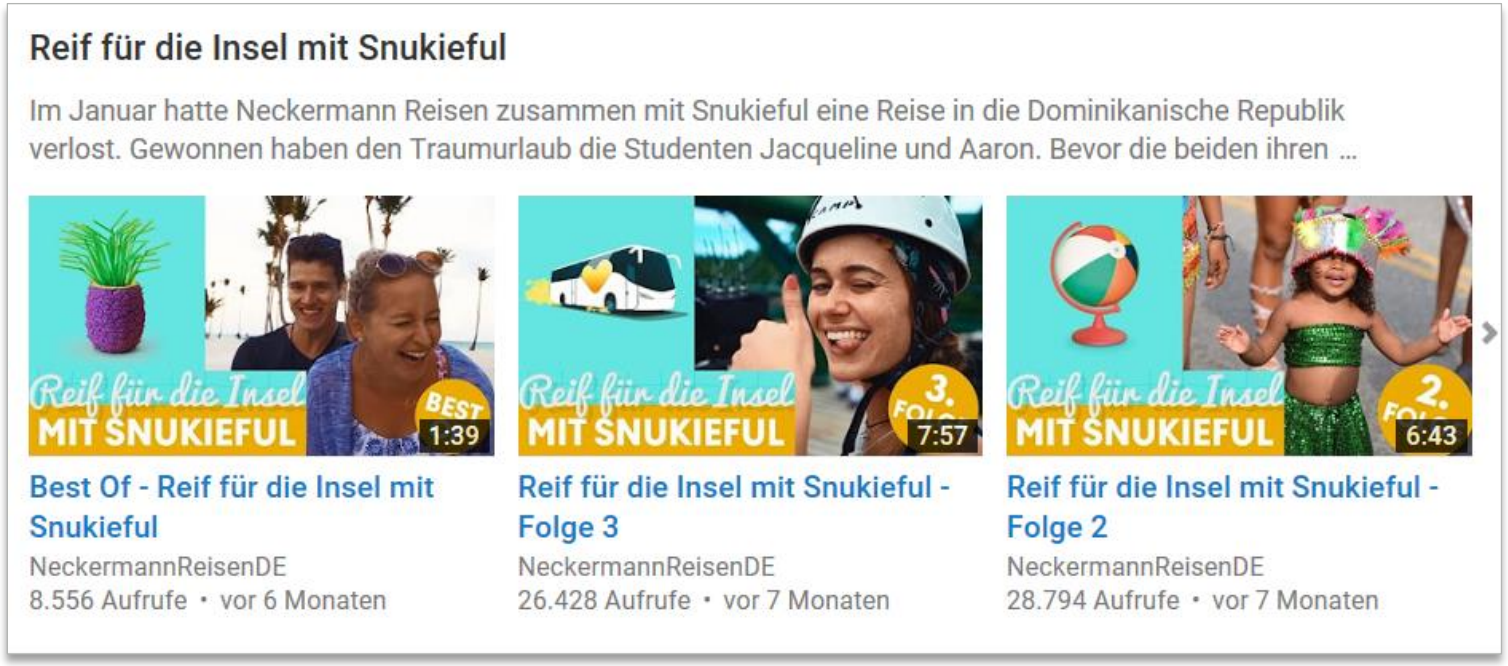
- Online-Befragung inkl. Echtzeitbewertung der Videos





YouGov

Effizienzmessung – ROI-Analyse



Was bringt Kampagne?

- Analyse Buchungen Dominikanische Republik
- U.a. Analyse Suchbegriffe und Aufrufe Destination auf Neckermann-reisen.de
- ...

YouGov

Vielen Dank!

Holger Geißler
Head of Research

Carolin Schubert
Head of Business Unit

Sie wollen die Charts?
Sprechen Sie uns heute an, kontaktieren Sie uns über Xing oder schreiben Sie uns eine Email an: holger.geissler@yougov.de oder carolin.schubert@yougov.de

https://yougov.de/influencercheck

Creative Commons: Open Knowledge Foundation