



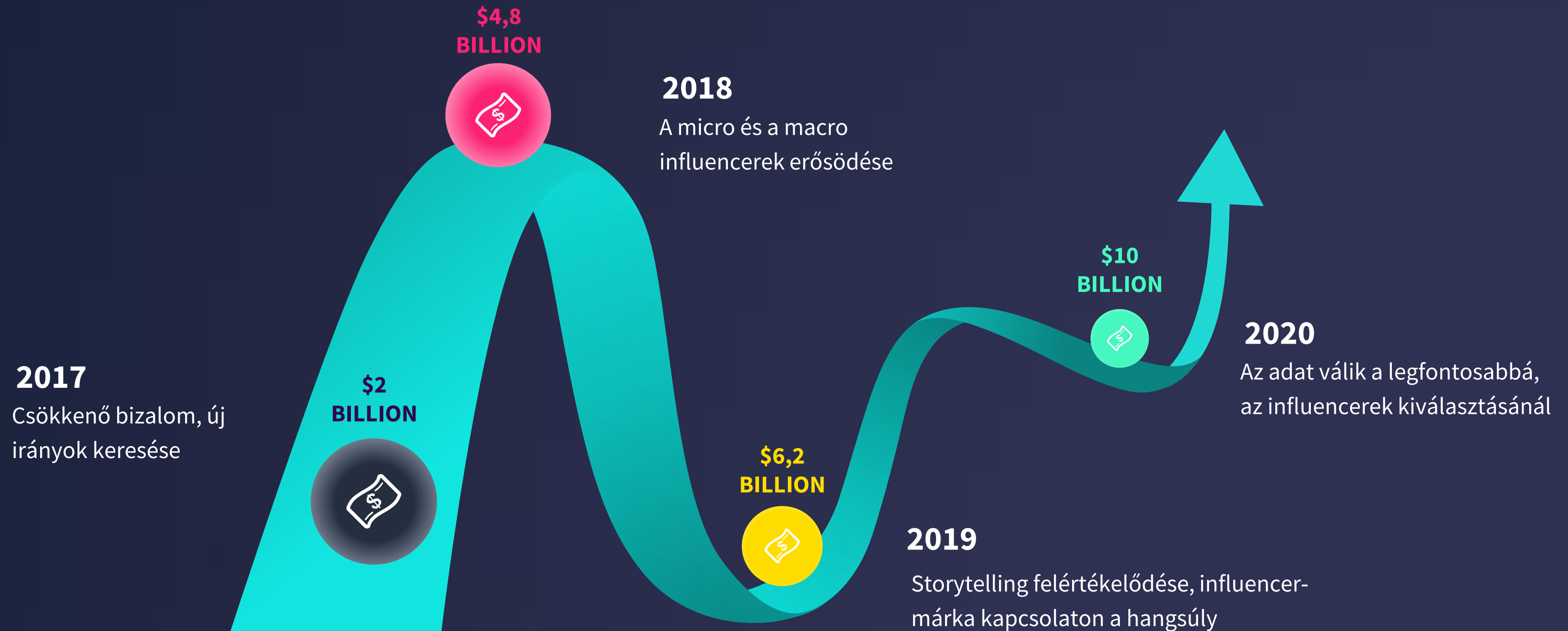
Welcome

Media Hungary 2018

Hogyan építsd be kampányodba az influencert?

THE MARKET

VÁLTOZÓ PIAC

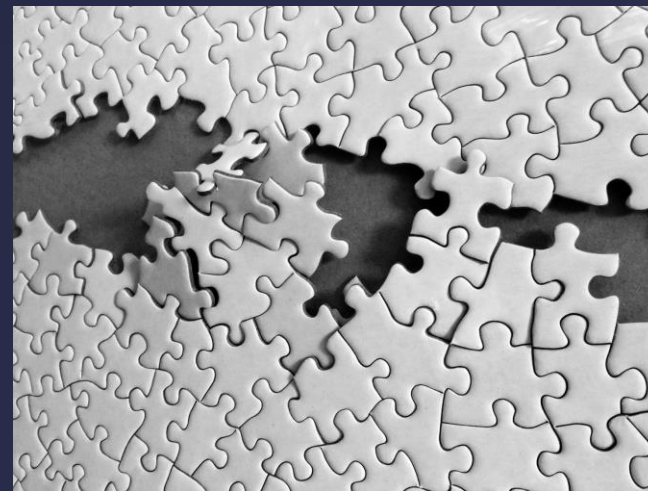


Forrás:

Sharma, Ahuja, Alavi :The future scope of netnography and social network analysis (2018)

Bladom, Law :The impact of Digital WOM communication (2018)

MI ALAKÍTJA AZ INFLUENCEREK ÁRAIT?



THE MARKET

ROI

67%

a hirdetőknak pontosabb
targetálást vár

11x

magasabb ROI érhető el átlagosan
az influencer marketing
használatával



61%

a fogyasztóknak a social médiát
tartja a legfontosabb tájékoztató
felületnek

\$6,50

Keresnek átlagosan azok a cégek,
akik influencer marketingre
költenek, minden elköltött dollár
után

Forrás:

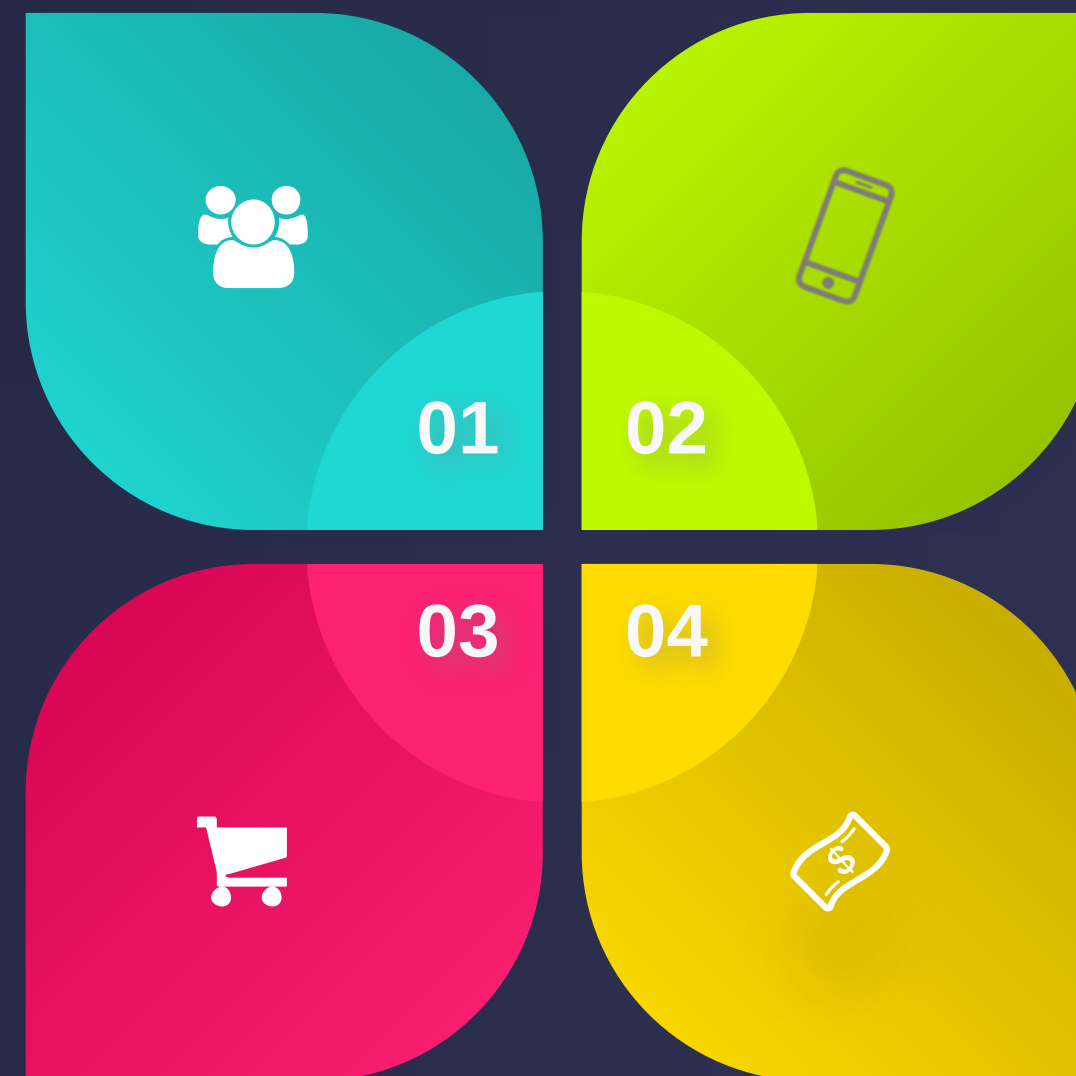
Sharma, Ahuja, Alavi :The future scope of netnography and social network analysis (2018)

www.statista.com/topics/influencemarketing. Share of marketers.... (2018)

THE MARKET

Ami a ROI mögött van....

Elérés



Like

Komment

Megosztás

Az influencer és a vállalat





Miért olyan nehéz elérni ezt a generációt?

15-30
TARGET

- Magas ingerküszöb
- Bizalmatlanság
- Elfordulás a klasszikus csatornáktól
- Megosztott a figyelem





Mit várhatunk el az influencerektől 1.0. ?

15-30
TARGET

- Kreatív koncepció
- Magas minőségű, autentikus tartalom











Mit várhatunk el az influencerektől 2.0?

15-30
TARGET

- Adatok
- Értékelés
- Javaslatok



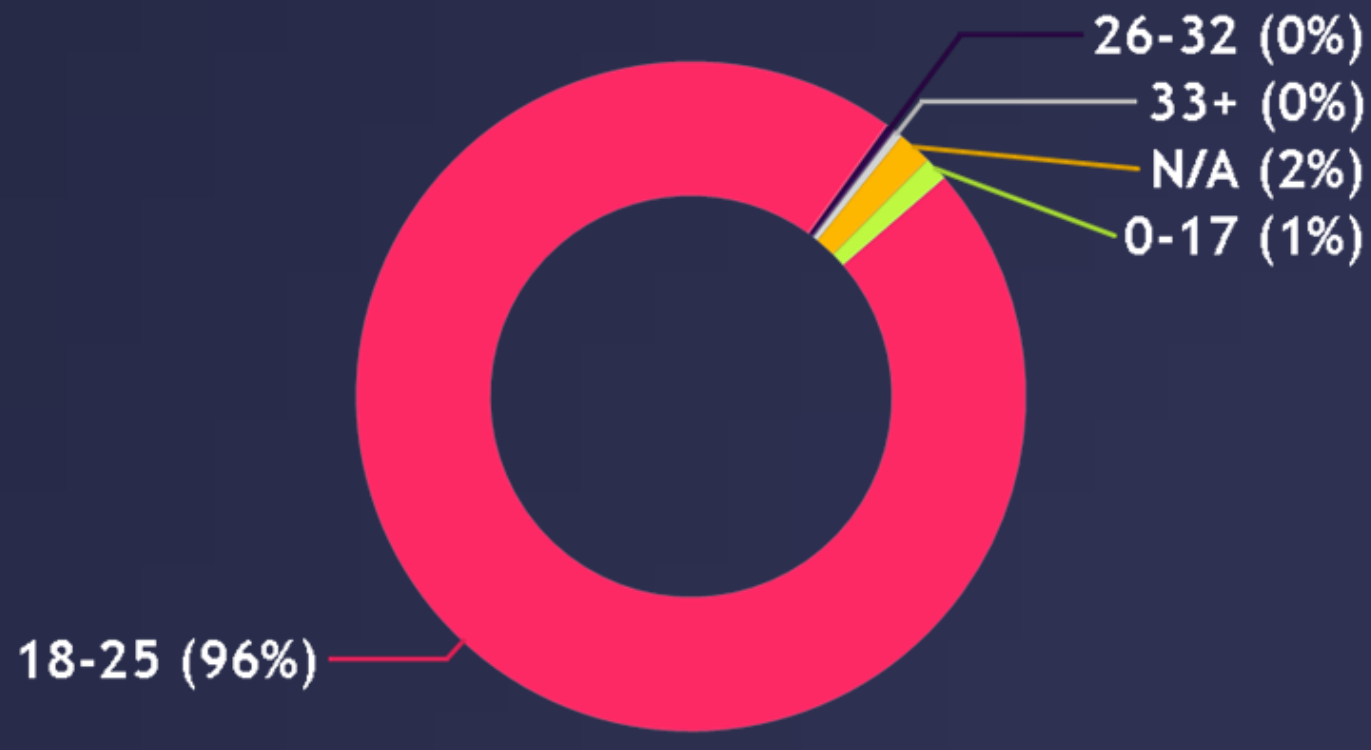
#INFLUENCERS' STATISTICS

FOLLOWERS BY GENDER



Male: 154.2k (60.19%)
Female: 97.7k (38.13%)
Other: 4.3k (1.68%)

FOLLOWERS BY AGE



0-17: 3.0k (1.18%)
18-25: 246.8k (96.31%)
26-32: 1.1k (0.44%)
33+: 1.0k (0.4%)
N/A: 4.3k (1.67%)

FOLLOWERS BY LOCATION

HU	211.7k (84.14%)
GB	17.9k (7.1%)
RO	6.4k (2.55%)
US	5.6k (2.22%)
DE	3.5k (1.4%)
PL	3.3k (1.32%)
CZ	2.7k (1.08%)
IT	284 (0.11%)
FR	108 (0.04%)
SK	45 (0.02%)



És mi az amit nem?

15-30
TARGET

- "Tökéletes" reklámfilm
- Overbranding
- Merev ragaszkodás a tervhez





Így néz ki élesben...



INTRO PRESENTATION

CASE STUDY

SZIGET

#SZIGET FESTIVAL 2017

30 influencer több, mint 1.3M instagram követővel.



TELJES ELÉRÉS

1.3M

EGYEDI ELÉRÉS

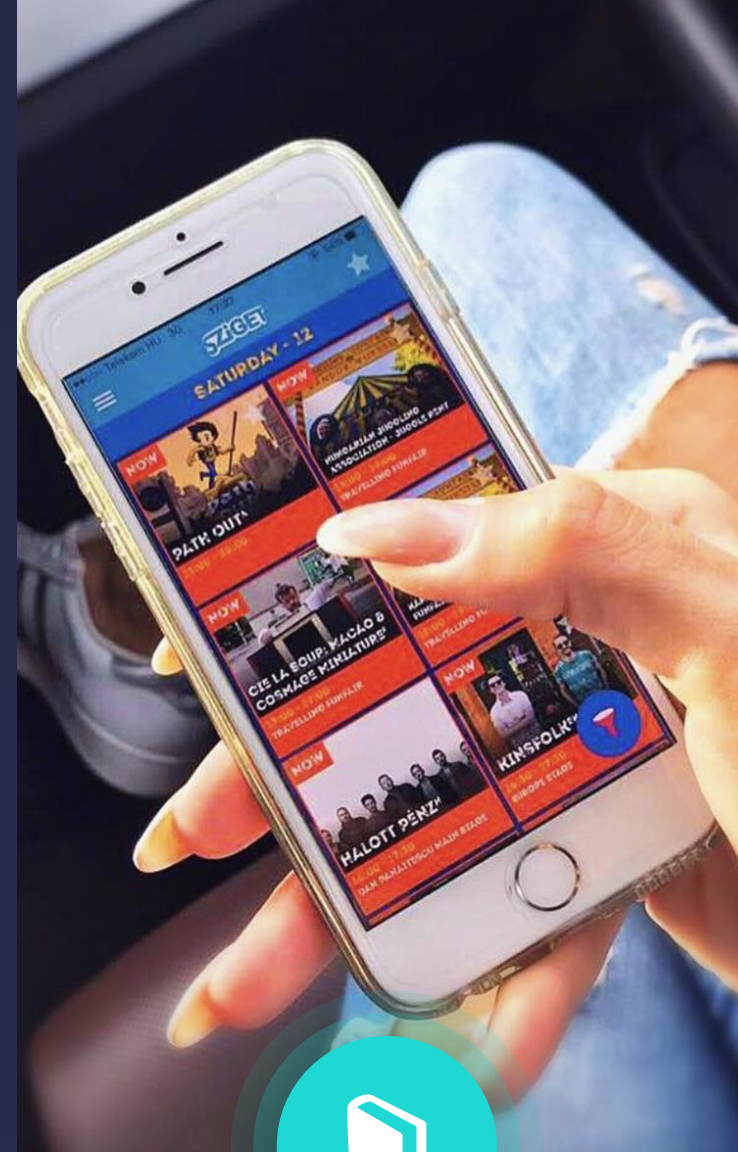
1.1M

ENGAGEMENT

292.5

#DREAMBIGGER 2018.ALL RIGHTS

WWW.POSTFORRENT.COM



MIT ÉRT EL A KAMPÁNY?

Sikeresen közvetítette a márka üzenetét 14 napon belül **1.357.500 követőhöz**. Több, mint **292.500 likeot** generált **0,000067 EUR/elérés áron**.

MIK VOLTAK AZ INFLUENCEREK FELADATAI?

1. Népszerűsíteni a Sziget programjait – bemutatni az “Island of Freedom” minden arcát
2. Letöltéseket generálni a mobil applikációhoz
3. Napi szinten posztolni egy kalandot a Szigetről
4. Kommunikálni a Sziget legfontosabb üzenetét: #Freedom



MI VOLT A KAMPÁNY TAKTIKA

1. Több, mint **1.000 program** lehetőség van az egy hetes fesztivál alatt és ezen felül 50 tematikus helyszín. Az influenceroknak be kellett mutatni a programok változatosságát a saját kalandjaikon keresztül.



INTRO PRESENTATION

CASE STUDY

UNICEF

#CHILDREN TAKE OVER

6 anyuka több, mint 175.000 instagram követővel.



TELJES ELÉRÉS

175K

EGYEDI ELÉRÉS

143K

ENGAGEMENT

15.2K

#DREAMBIGGER 2018.ALL RIGHTS

WWW.POSTFORRENT.COM



MIT ÉRT EL A KAMPÁNY?

Sikeresen közvetítette a márka üzenetét, több mint **175.000 követőhöz** és több mint **15.200 like**t generált pro bono.

MIK VOLTAK AZ INFLUENCEREK FELADATAI?

1. **Figyelem felkeltés** az Unicef "children takeover" kampánya felé.
2. Legalább **150.000 felhasználó** elérése az instagrammon.
3. A annak hangsúlyozása, hogy a **gyermek véleménye is fontos!**



MI VOLT A KAMPÁNY TAKTIKÁJA?

1. **Olyan tartalmak gyártása, ahol a gyerekek a szüleik munkáját "végzik"**
2. **A figyelem felhívása az UNICEF "children takeover" kampányára**
3. Annak a **bemutatása**, hogy mennyire fontos a **gyermek véleménye**





INTRO PRESENTATION

CASE STUDY

ANNARUSSO

#MYSTYLE

9 fashion-, és beauty influencer több, mint 200.000 instagram követővel.



TELJES ELÉRÉS

219K

EGYEDI ELÉRÉS

124 K

ENGAGEMENT

12.5

#DREAMBIGGER 2018.ALL RIGHTS

WWW.POSTFORRENT.COM



MIT ÉRT EL A KAMPÁNY?

Sikeresen közvetítette a márka üzenetét, több mint **219.000 követőhöz** és több mint **12.500 like**t generált pro bono.

MIK VOLTAK AZ INFLUENCEREK FELADATAI?

1. Az AnnaRusso **márkaismertség növelése**
2. Legalább **200.000 felhasználó** elérése az instagrammon
3. **Figyelem felhívás és követők áttelése** a webshopra



MI VOLT A KAMPÁNY TAKTIKÁJA?

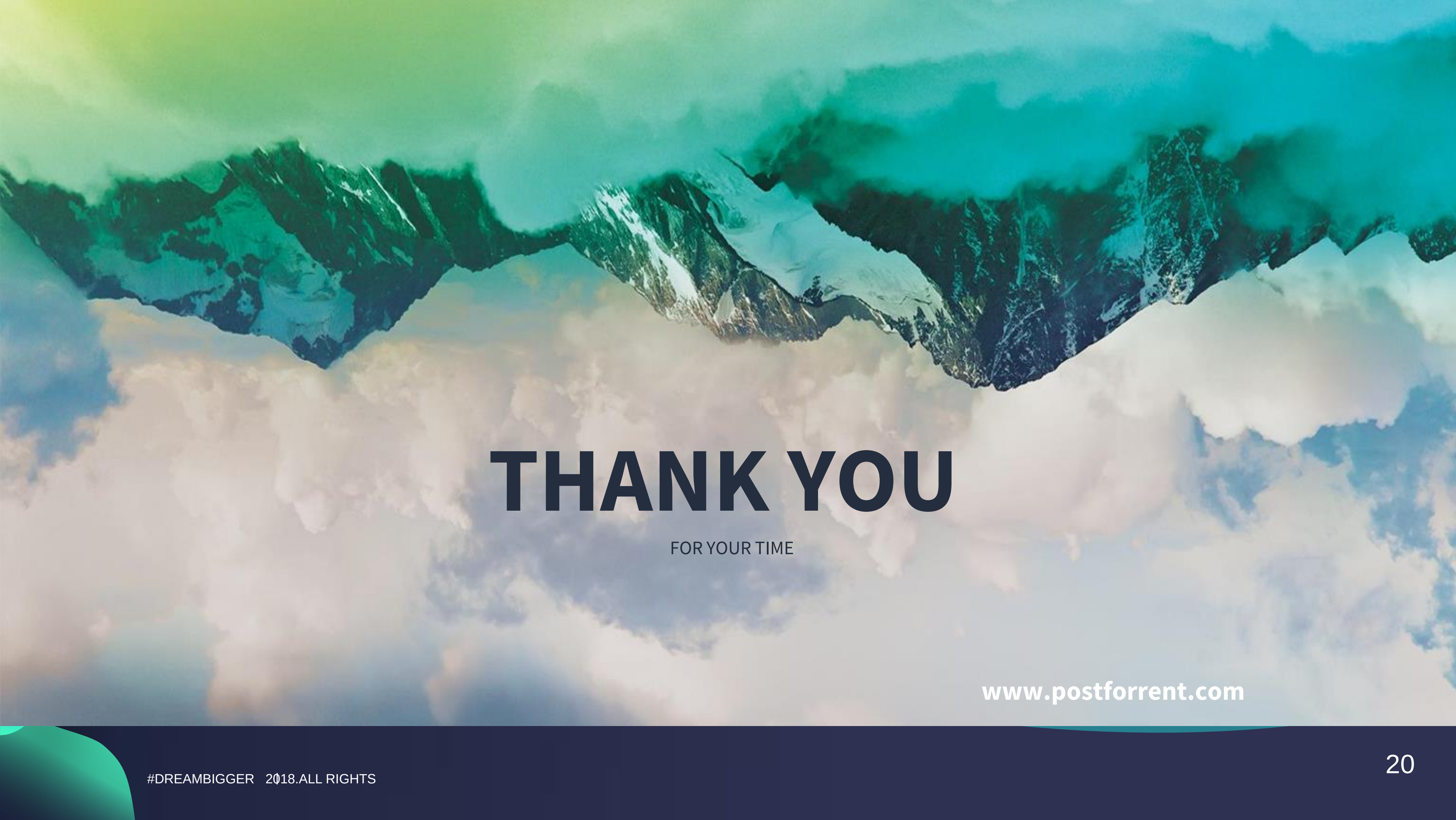
1. **Olyan tartalmak gyártása, ahol az influencerok a mindennapokban mutatják be a márka ruháit**
2. **A figyelem felhívása az AnnaRusso egyedi értékeire**
3. **A márka köztudatba emelése a fiatalok körében**



A JÖVŐ SZERINTÜNK...

- Automatizáció mindenek felett
- Edukáció
- Új platformok gyors adaptálása
- Profi ajánlatok





THANK YOU

FOR YOUR TIME

www.postforrent.com