

# Influencer Briefing

**Name des  
Unternehmens**

Name der Kampagne

**IHR LOGO**

# Unternehmen

## Über uns

Geben Sie dem Influencer einen Überblick über Ihre Unternehmen. So hat er eine Vorstellung über Ihre Werte, Ziele und Zielgruppen und kann die Werbebotschaft entsprechend anpassen. Zudem bekommt er einen Einblick in Ihre Werte und kann bei Rückfragen von Followern korrekte Aussagen über das Unternehmen treffen.

- z.B. Gründungsjahr
- Unternehmensgröße
- Marktanteil
- Produktpalette
- Ansprechpartner für die Kampagne

## USP

### Angaben zu

- Alleinstellungsmerkmalen
- Besonderheiten
- Firmenphilosophie

## Zielgruppe

### Angaben zu

- Alter
- Geschlecht
- ...

## Dateien

- Firmenlogo und weitere Dateien zum Download
- Downloadlink
- Vermerk zur Verwendung im Rahmen der Kampagne

# Kampagne allgemein

Fassen Sie hier alles zusammen, was Sie bereits im Vorfeld mit dem Influencer abgesprochen haben. Bei Unklarheiten bietet diese Übersicht schnelle Antworten und erspart zeitaufwändige Nachfragen.

## Ziele

Angaben zu den Kampagnenzielen

## Formate

Foto-Beiträge, Videos, Stories, Blogbeiträge etc.

## Dauer und Zeitpunkt

Auf welchen Zeitraum ist die Kampagne ausgelegt und an welchen Tagen / zu welcher Uhrzeit sollen die Beiträge veröffentlicht werden?

## Kanäle

Klären Sie, welche Social Media Kanäle der Influencer für seine Postings nutzen soll – und ggf. welche nicht.

# Details zur Kampagne

Nachdem die allgemeinen Faktoren geklärt sind, sollten Sie gesondert auf die Details zur Kampagne eingehen.

Diese beziehen sich auf die Postings, deren Inhalte, das Wording und die Herangehensweise.

Je detaillierter Sie hier auf die einzelnen Punkt eingehen, umso sicherer können Sie sein, dass die Durchführung der Kampagne genau nach Ihren Vorstellungen verläuft.

## **Verlinkungen**

Wie und auf welche Art soll Ihr Unternehmen verlinkt werden?

## **Keywords**

Geben Sie hier einen Überblick über wichtige Keywords und Hashtags, die genutzt werden sollen.

## **Botschaft**

Formulieren Sie klar und deutlich die Botschaft, welche mit den Postings vermittelt werden soll.

## **Placements**

Soll Ihr Produkt prominent und direkt platziert werden oder ist Ihnen ein dezentes Product Placement wichtig?

## **Reporting**

In welcher Form wünschen Sie nach der Kampagne ein Reporting und welche Kennzahlen sollen übermittelt werden?

# Sonstiges

In diesem Bereich können Sie alle weiteren Punkte anführen, die zu beachten sind. Zudem sollten Sie dem Influencer mit einem Moodboard und Ihren CI-Farbcodes einen Eindruck über die gewünschte Optik vermitteln. Gern können Sie hier bspw. Fotos aus früheren Kampagnen zur Referenz nutzen.

## Stimmung

Welchen Ton soll der Influencer in seinen Postings anschlagen? Möglich wären hier z.B.: seriös, lustig, luxuriös etc.

## No-Gos

z.B. inhaltliche Punkte, die vermieden werden sollen, Zusammenarbeit mit der Konkurrenz, Sperrfristen, Vermarktung anderer Produkte innerhalb des Beitrags

--	--

--	--

# Moodboard

## Farbcodes:



Orange

HKS 6  
C=0 M=45 Y=100 K=0  
C=0 M=30 Y=100 K=0  
R=244 G=158 B=0



Violett

HKS 33  
C=50 M=100 Y=0 K=0  
C=40 M=100 Y=0 K=0  
R=147 G=16 B=126



Blaugrün

HKS 53  
C=80 M=0 Y=60 K=0  
C=80 M=0 Y=45 K=0  
R=0 G=167 B=127

