

# Influencer Marketing: Verbesserung von Brand Strength und Verkauf

<http://blog.DrKPI.de/?p=5133>

<http://DrKPI.de> Das Content Marketing Analysis Tool

Ein Projekt der CyTRAP Labs GmbH  
Business und Management Consultants

Social  
Media  
Monitoring 



# Wer ist DrKPI?



DrKPI ist eine Data Science Company, die Analytics-Software verkauft.  
Brands verbessern damit deren Influencer und Content Marketing.

DrKPI ist ein wichtiger Akteur in diesem Marktbereich.  
Die Firma macht Gewinn.

## Wer ist im Management Team?



Werner Klauser, aufgewachsen in den USA  
Maschinenbauingenieur ETH – Gründer einer erfolgreichen Software Firma, aufgekauft von der Nr. 1 der Welt in Sachen IT.  
Chief Software Engineer



Jana Akyildiz, aufgewachsen in DE  
Erfolg mit Hilfe von „Style and Substance“ ist ihre Passion  
Chief Usability Designer



Prof. Urs E. Gattiker, Ph.D., aufgewachsen in CH  
Tech Mgmt/Innov Los Angeles, Silicon Valley/Stanford, Hamburg...  
Chief Strategy Officer/Verkauf

# Markenstärke bei der Zielgruppe verbessern

Die DrKPI Tools helfen Ihnen Antworten auf die folgenden Fragen zu bekommen:

- Mit welchen Influencern wollen wir zusammenarbeiten?
- Sind jetzige Partner die beste Wahl zur Erreichung unserer Ziele?
- Bestätigen Industrievergleiche und Kennzahlen unsere Vorgehensweise?

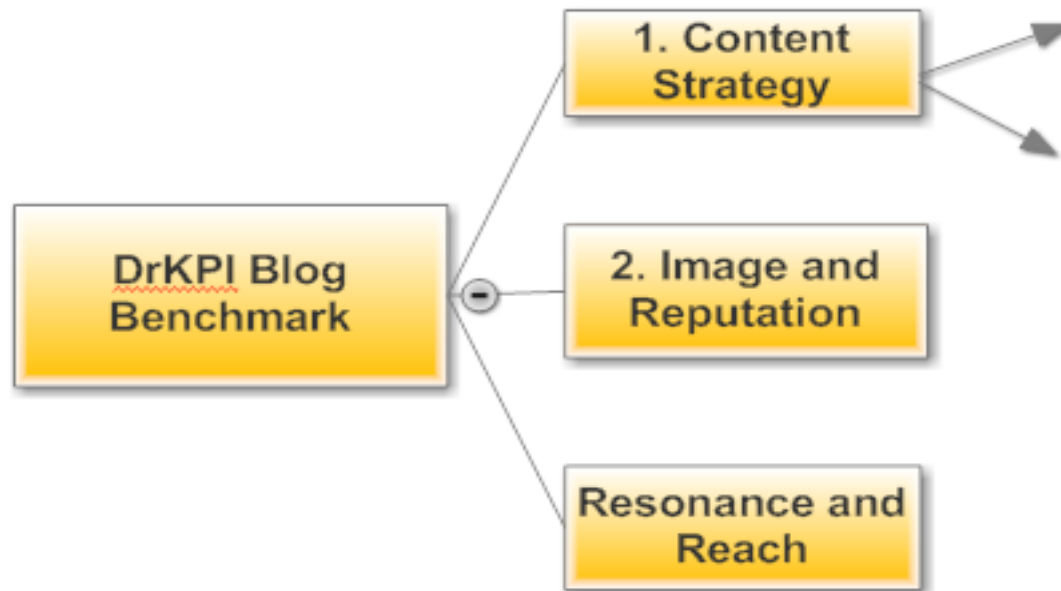
Siehe auch: <http://blog.DrKPI.de/definition-und-methodik-1/>



## 1. Schritt – Content Qualität d. Influencer

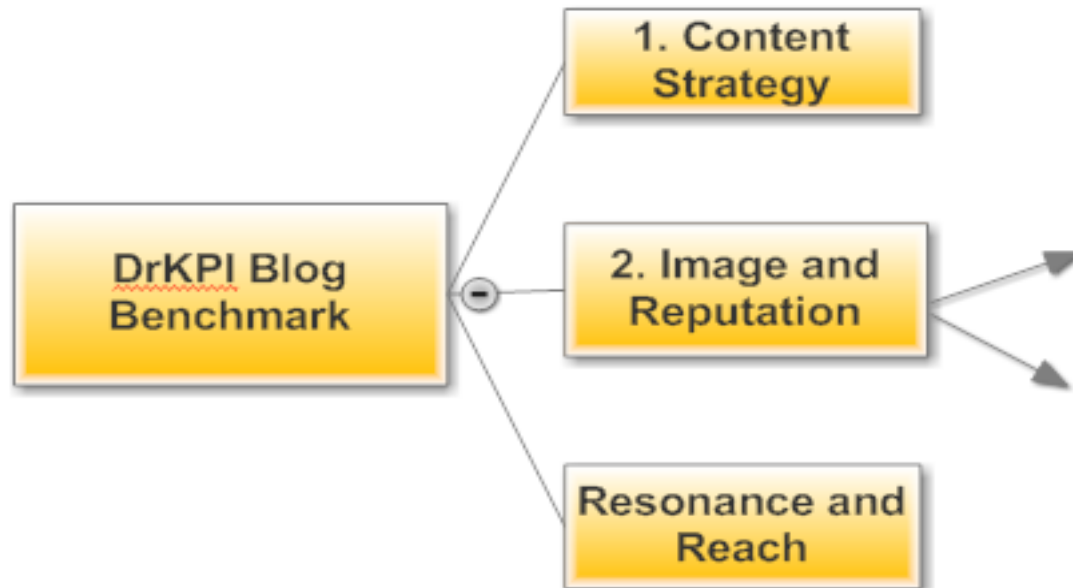
## DrKPI analysiert:

- Ist Qualität der Schlagzeilen sehr gut?
- Sind Lesbarkeit und das Niveau der Inhalte richtig für uns?
- Ist der Schreibstil was die Leserin will?
- Sind die Inhalte auf unsere Zielgruppen zugeschnitten?



Mehr Infos auf: <http://blog.drkpi.de/?p=2>

## 2. Schritt – Markenimage des Influencer

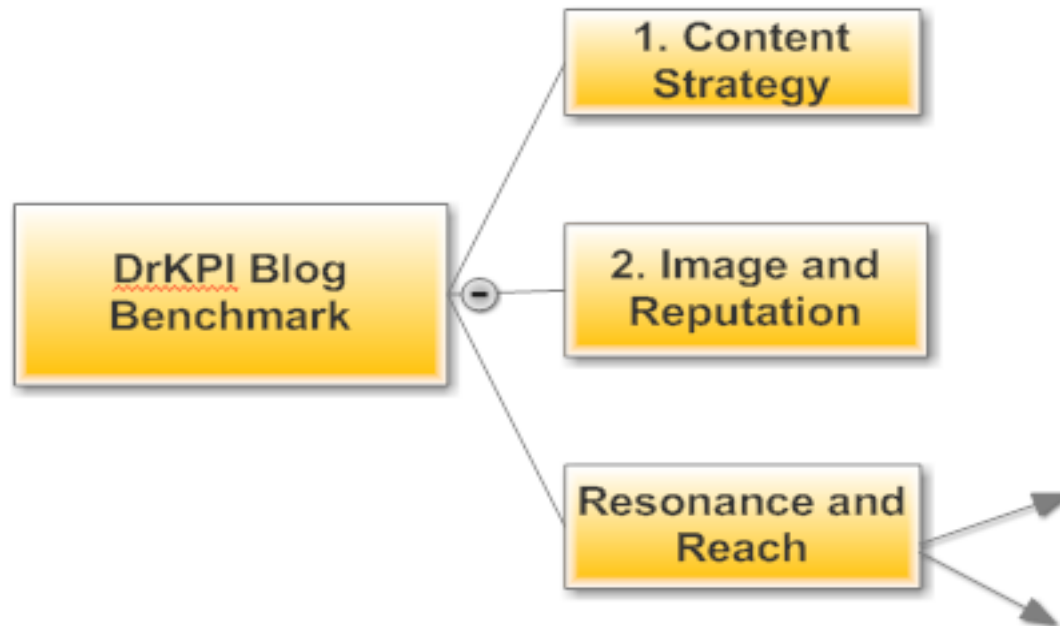


Mehr Infos auf: <http://blog.drkpi.de/?p=2>

## | DrKPI analysiert:

- Kommt Langweile auf?
- Sind die Beiträge gut strukturiert?
- Verträgt sich die Marke mit den Inhalten des Blog?
- **Sieht der Leser den Mehrwert der Inhalte?**

### 3. Schritt – Markenstärke der Influencerin | **DrKPI analysiert:**



Mehr Infos auf: <http://blog.drkpi.de/?p=2>

- Findet im Blog ein Dialog statt?
- Stossen die Inhalte auf Resonanz?
- Werden die Inhalte in Social Networks geteilt?
- Hat der Influencer Einfluss auf unsere Zielgruppe?

# Influencer Inhalte für unser Zielpublikum

Es geht weder um:

- Kennenlernen-Content,
- Neugierde-Content,
- Entscheidungs-Content, noch um
- Loyalitäts-Content wie uns einige Experten verklickern wollen

Kunden wollen Mehrwert = Antworten auf Fragen wie:

- Welche Handtasche ist für mich die beste?
- Was tun wenn die Handtasche am Kleid scheuert?
- Wie wähle ich das für mich beste Deux-Pièce aus?



The Hermès Shiny Fuchsia Porosus Crocodile Dimaond Birkin 35 bag was auctioned off for \$222,912 Christies Images Limited 2015



## Zusammenfassung: Mit DrKPI wird das Online Marketing effektiver

Der DrKPI Analyse und Benchmark Service zeigt anhand von Vergleichszahlen aus der Branche / Land, usw auf:

→ welche Änderungen die Resultate signifikant verbessern

## | DrKPI hilft den Brand zu stärken:

- Mehr Einfluss im Markt gewinnen
- Höhere Effektivität mit Influencern erzielen
- Resonanz mit gewünschten Altersgruppen steigern

ENDE

Mehr Infos zu Influence Marketing & Markenstärke auf:

<http://blog.DrKPI.de/?p=5133>

Fragen:

Urs E. Gattiker +41 44 272 1876

Influencer Marketing News via eMail: <http://eepurl.com/QLqNH>

