

BLOG-MARKETING

Für Unternehmen & Agenturen



Hallo und herzlich willkommen!

Bitte lesen Sie zunächst, für wen ich dieses Dokument geschrieben habe, damit Sie sofort einschätzen können, ob es sich für Sie überhaupt lohnt, weiter zu blättern:

Unternehmen: Sind Sie Firmeninhaber oder Angestellter mit Verantwortung für den Bereich Marketing? Dann zählen Sie auf jeden Fall zur Zielgruppe und werden je nach bereits gesammelter Erfahrung unterschiedlich viele Kapitel nützlich finden.

Agenturen: Für Social Media Marketing Dienstleister ist trusted blogs eine Toolbox zur effizienteren Durchführung von Blogger Kampagnen. Sie sind hier goldrichtig, wenn Sie künftig weniger Arbeit und somit mehr Zeit für Ihre Kunden haben wollen.

Sind Sie **Journalist** und auf der Suche nach Informationen über unser Startup und der Geschäftsidee? Dann lesen Sie nicht weiter, sondern rufen Sie mich einfach an: ich stehe zu Ihrer Verfügung!

Wollen Sie als **Mitbewerber** wissen, wie wir ticken? Auch Sie lade ich ein, Kontakt aufzunehmen: vielleicht können wir ja Synergien nutzen!

Schöne Grüße aus Bremen,


Eduard Andrae (Gründer und CEO)

Sie haben wenig Zeit?
Dann legen Sie direkt los:

Schnell zur ersten Kampagne

(klicken oder blättern Sie zu Seite 12)

INHALTSVERZEICHNIS

trusted blogs	4
Was ist trusted blogs?	4
Warum gibt es trusted blogs?	5
Wer steht hinter trusted blogs?	6
Was macht trusted blogs einzigartig?	7
 Blog-Marketing	 8
Was ist Blog-Marketing?	8
Welche Vorteile hat Blog-Marketing?	9
Wie funktioniert eine Blogger Kampagne?	10
Welche Vorteile bieten Micro Influencer?	11

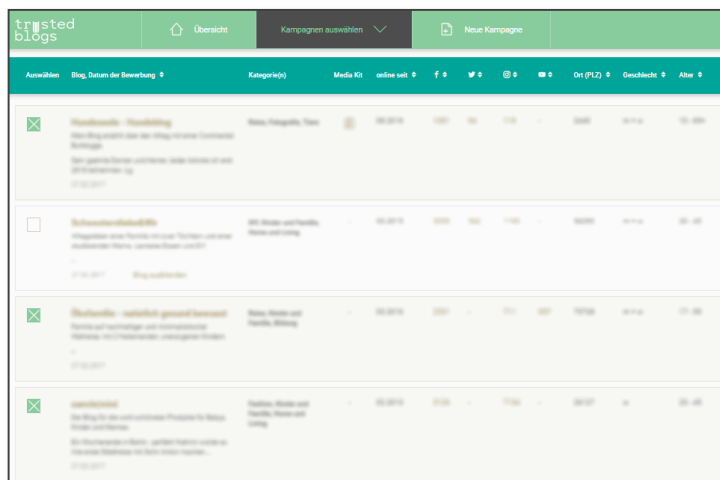
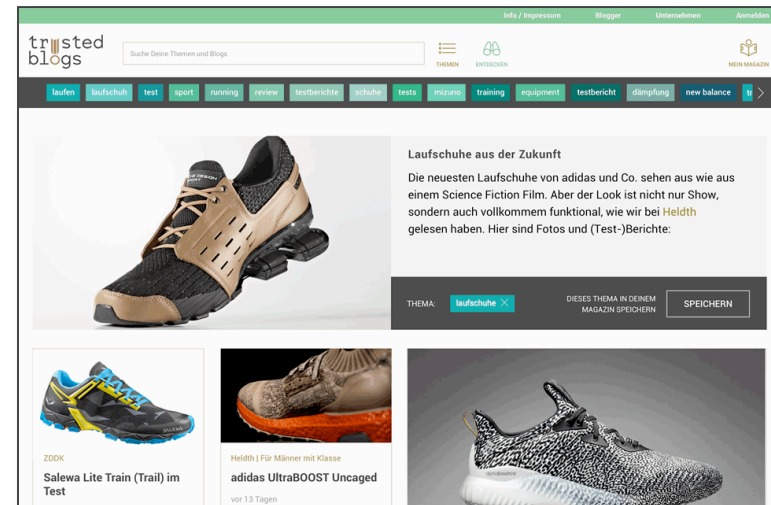
Schnell zur ersten Kampagne	12
1. Entwicklung einer Idee	12
2. Definition der Vergütung	13
3. Das Kampagnen-Briefing	14
4. Blogs aus Bewerbungen wählen	16
5. Kampagne starten und steuern	17
6. Kampagne abschliessen	18
7. Erfolg messen	18
 Tipps für die erste Kampagne	 19
Erhalten Sie Feedback zum Briefing	19
Starten Sie mit einem kleinen Budget	19
Wählen Sie 3 bis 5 Blogs	19
 Tipps für weitere Kampagnen	 20
Planen Sie regelmässig	20
Identifizieren Sie Favoriten	20
Verändern Sie den Fokus	20

TRUSTED BLOGS

WAS IST TRUSTED BLOGS?

trusted blogs gliedert sich in zwei Bereiche:

Das **trusted blogs Magazin** ist einzigartig: wir präsentieren Inhalte aus tausenden Blogs, ohne diese zu kategorisieren. Stattdessen werden die Blogposts auf der Basis vorhandener Schlagworte geclustert. Der große Vorteil: nach Eingabe eines Schlagwortes erscheinen immer alle passenden Beiträge. Ob sie aus Fashion- oder Food-Blogs stammen, spielt keine Rolle. Das Magazin ist somit eine **Blog-Suchmaschine**, bei der Blogs nach Themen gefunden werden.



Das **Selbstbucher Portal für Blogger Kampagnen** macht Blog-Marketing so einfach und effizient wie nie zuvor. Mit unserer Plattform entfällt die sonst ebenso langwierige wie aufwändige Recherche nach relevanten Blogs. Stattdessen wählen Sie jetzt aus eingehenden Bewerbungen einfach beliebig viele Blogger aus. Die Kampagnen werden über die Plattform gesteuert und Sie können mit allen Teilnehmern direkt kommunizieren. So behalten Sie immer den vollen Durch- und Überblick.

WARUM GIBT ES TRUSTED BLOGS?

trusted blogs ist eine Summe von **Erfahrungen**. Zum einen blogge ich auf www.eddys-lauf.blog selbst, und zum anderen habe ich als Projektleiter in einer Internet-Agentur viele Jahre Social Media Kampagnen für namhafte Kunden umgesetzt. Mein Mitgründer Rüdiger Schmidt war in dieser Agentur mein Teamleiter und ich habe seine fachliche Kompetenz schon damals sehr geschätzt.

Unser Knowhow stammt also nicht aus Büchern oder Vorlesungen, sondern aus täglich gelebter **Berufspraxis**, sowie aus einem mit viel **Leidenschaft** betriebenen Hobby.

Und unser Antrieb war nicht die Suche nach einem neuen Geschäftsmodell, sondern das Bestreben, Probleme zu lösen und Mehrwerte zu schaffen. Wir wollen

- Bloggern zu mehr Lesern und zu spannendem Content verhelfen
- Lesern die Inhalte aus Blogs in einer völlig neuen Form präsentieren
- Unternehmen effizient und kostengünstig Blog-Marketing ermöglichen

Die Entwicklung der Plattform dauerte über 18 Monate und kostete einen hohen sechsstelligen Betrag. Dies war nur mit Hilfe zweier Investoren möglich, die an unsere Idee glauben und denen wir dafür unendlich dankbar sind.



WER STEHT HINTER TRUSTED BLOGS?

trusted blogs wurde gegründet von Rüdiger Schmidt, mir selbst und der team neusta GmbH als Lead-Investor. Zum Team gehört noch ein weiterer Investor, der öffentlich nicht in Erscheinung tritt.



Eduard (Eddy) Andrae (*1966, r.) bloggt seit 10 Jahren und ist aktiv auf Facebook, Twitter, YouTube und Xing. Vor der Gründung von trusted blogs realisierte er Social Media Kampagnen für diverse Kunden einer großen Agentur. 2014 hatte er die Idee zu trusted blogs, und heute verantwortet er die kreative Entwicklung des Portals.

Rüdiger Schmidt (*1966, l.) verfügt über mehr als 15 Jahre Berufserfahrung als Projektmanager für Shop- und CMS Systeme. Zuletzt war er als Teamleiter Eddys Vorgesetzter und von der Idee so begeistert, dass er als Partner in das

Projekt eingestiegen ist. Rüdiger kümmert sich um das operative Geschäft und die technische Projektleitung.

team neusta ist ein inhabergeführter Full-Service Internet-Dienstleister aus Bremen mit über 1.000 Angestellten und 400 Freiberuflern. Wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie ist es, mit Vertrauen und Verantwortung professionelle Lösungen zu entwickeln. team neusta bietet digitalen Kreativen – gleich welchen Alters, Ausbildung oder Beruf – Beratung, Unterstützung und den Zugang zu einem starken Netzwerk.

WAS MACHT TRUSTED BLOGS EINZIGARTIG?

Es sind zwei Punkte, in denen sich trusted blogs von anderen Anbietern klar unterscheidet:

1

Mit der **Blog-Suchmaschine** präsentieren wir die Welt der Blogs auf eine neue Art. Über das Magazin erreichen wir immer neue Leser und erhalten Registrierungen von immer mehr tollen Blogs.

Über Fanseiten bei Facebook und Twitter sowie auf Landingpages im Magazin empfehlen wir Themen und Blogs einem stetig wachsenden Publikum.

Das Magazin ist frei von Werbung und die Nutzung ist für die Blogger und natürlich auch für alle Leser **kostenlos** und ohne jede Verpflichtung.

2

Im Influencer Marketing setzen wir auf die Vermittlung von Kooperationen mit **Bloggern**, weil wir von den Vorteilen und der hohen Qualität dieser so genannten Micro-Influencer absolut überzeugt sind.

Micro-Influencer werden inzwischen auch von Fachleuten und Experten als die nächsten Stars im Influencer Marketing bezeichnet.

Faire Vergütungen, geringe Streuverluste und eine hohe Themen-Relevanz für jede denkbare Zielgruppe führen dazu, dass Kampagnen mit Micro Influencern **das beste Preis-Leistungs-Verhältnis** (ROI) erzielen.

BLOG-MARKETING

WAS IST BLOG-MARKETING?

Als Blog-Marketing werden Werbekooperationen mit Bloggern bezeichnet. Im Marketing-Mix erfolgreicher Unternehmen erhält Blog-Marketing einen immer größeren Anteil. Als Teil einer **Content Marketing Strategie** soll Blog-Marketing in erster Linie den Bekanntheitsgrad von Marken, Produkten und Unternehmen steigern.

Blog-Marketing wird auch als **Influencer Marketing** bezeichnet. Neben dem Blog-Marketing zählt dazu die Werbung auf anderen Social Media Kanälen, allen voran Instagram und YouTube.

» Mit Blog-Marketing können Sie Ihre Zielgruppe abseits von klassischen Werbemaßnahmen auf einer emotionalen Ebene ansprechen und für Ihr Produkt, Ihre Marke oder Ihr Unternehmen begeistern. «



75%

ALLER INTERNETNUTZER
LESEN BLOGS



66%

ALLER BLOGLESER KAUFEN AUF
BASIS VON EMPFEHLUNGEN



50%

ALLER KAUFENTSCHEIDUNGEN
BASIEREN AUF EMPFEHLUNGEN

WELCHE VORTEILE HAT BLOG-MARKETING?

Mit Blog-Marketing steigern Sie Ihre Reichweite im Web durch eine **verbesserte Sichtbarkeit** in Suchmaschinen. Zum einen wird das durch Links erreicht, die in den einzelnen Blogposts enthalten sind. Und zum anderen werden Blogposts in den sozialen Netzwerken noch weiter verbreitet. Und schließlich werden Blogposts in der Regel nicht gelöscht, so dass Sie davon **langfristig profitieren**.

Blogger gelten als Experten in ihrem Themenbereich und genießen das Vertrauen ihrer Leser. Aus diesem Grund können Empfehlungen von Bloggern Ihre **Reputation verbessern** und Ihren **Umsatz steigern**.

» Blog Marketing zählt zu den effizientesten Methoden der Online-Kundenakquise. Der ROI ist besser, als bei Suchmaschinen-Anzeigen (SEA) und E-Mail Marketing. «

Quelle: [united influencers](#)



81%

SIND MIT DEM ERGEBNIS DER
ERSTEN BLOG-MARKETING
KAMPAGNE ZUFRIEDEN



84%

WOLLEN BINNEN 12 MONATEN
MINDESTENS EINE WEITERE
KAMPAGNE STARTEN



75%

EMPFINDEN DIE SUCHE NACH
BLOGGERN ALS GRÖSSTE
HERAUSFORDERUNG

WIE FUNKTIONIERT EINE BLOGGER KAMPAGNE?

Blogger sind ständig auf der Suche nach frischen Ideen, über die sie schreiben können. Denn Blogger wollen ihren Lesern immer neuen, interessanten Content bieten. So veröffentlichen sie zum Beispiel Erfahrungsberichte mit Produkten (Tests, Rezensionen) oder sie schreiben über Erlebnisse mit Marken und Unternehmen. Es gibt für jedes denkbare Thema auch Blogger, die darüber schreiben.



Die **Herausforderung** besteht darin, relevante Blogger zu finden und mit diesen in Kontakt zu treten. Zunächst gilt es herauszufinden, ob Kooperationen generell in Frage kommen, denn das darf nicht vorausgesetzt werden. Viele Blogger möchten ihr Hobby nicht kommerzialisieren und haben gegenüber derartigen Anfragen eine entsprechend ablehnende Haltung.

Wenn die Bereitschaft für Kooperationen grundsätzlich vorhanden ist, muss noch ermittelt werden, ob **Interesse** für die angebotene Kampagne besteht, ob der Blogger für die Durchführung **Zeit** hat und ob er mit den **Konditionen** einverstanden ist. Als Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Zusammenarbeit dient die genaue Kampagnenbeschreibung (das Briefing).

Alle Blogger, mit denen auf diese Weise eine Kooperation vereinbart wird, erfüllen die im Briefing vorgegebenen Bedingungen, veröffentlichen dazu einen **Blogpost** und erhalten die vorgesehene **Vergütung**.



WELCHE VORTEILE BIETEN MICRO INFLUENCER?

Blogger sind nicht die bekannten Influencer, die mit Kooperationen ihren Lebensunterhalt bestreiten. Blogger schreiben mit viel Liebe zum Detail und mit großer Leidenschaft über ihr spezielles Hobby. Aus diesem Grund haben die Veröffentlichungen der Blogger bzw. Micro-Influencer eine entsprechend hohe **Qualität**.

Zwar haben Blogger eine geringere Reichweite als bekannte (Instagram- oder YouTube-) Stars. Ihr großer Vorteil liegt in einer vergleichbar höheren **Engagement-Rate**. Damit ist die Intensität der Interaktion mit den Fans und Followern gemeint. Studien beweisen: Je größer die Reichweite, desto geringer die Engagement-Rate.

- Kleines Budget & bestes Preis-Leistungsverhältnis
- Großes Engagement & geringer Streuverlust
- Hohe Qualität durch Expertenwissen

„Die Nähe zu den Lesern ist wesentlich wichtiger, als nackte Followerzahlen.“

Der zweite Vorteil sind die geringeren **Streuverluste**, die bei Kooperationen mit Micro-Influencern entstehen. Dies wird durch die geringeren Reichweiten sowie die Fokussierung auf ein spezielles Thema begründet.

Die fairen Vergütungen sind als dritter Vorteil zu nennen: Einhergehend mit der geringeren Reichweite der Micro-Influencer müssen keine fünf- oder sechststelligen **Honorare** gezahlt werden. Selbstverständlich hat Qualität immer ihren Preis. Dieser bewegt sich bei Micro-Influencern im Jahr 2018 allerdings im drei- bis vierstelligen Bereich.

SCHNELL ZUR ERSTEN KAMPAGNE

1. ENTWICKLUNG EINER IDEE

Ihre Idee ist maßgeblich verantwortlich für den Erfolg jeder Kampagne. Entwickeln Sie eine interessante Geschichte und machen Sie damit Lust auf eine Kooperation. Versuchen Sie dabei bitte unbedingt abseits vom reinen Verkaufen zu denken und stattdessen Fragen wie diese zu beantworten:

- Was macht Ihr Unternehmen, Ihre Marke oder Ihr Produkt besonders?
- Was haben Sie zu bieten, und was unterscheidet Sie von Mitbewerbern?

Neben den Klassikern (Produkttests und Rezensionen) können Sie auch mit außergewöhnlichen Erlebnissen eine spannende Kampagnenidee entwickeln:

- Konzerte, Shows, Events, Messen, Ausstellungen
- Kurse oder Workshops (fotografieren, schminken, tauchen, ...)
- Treffen mit einem Sternekoch, Künstler oder Promi
- Städte-Trips, Kurzreisen, Hotel-Aufenthalte
- Besichtigungen oder Führungen



» Es gibt keine langweiligen Themen. Es gibt nur langweilige Ideen. «

2. DEFINITION DER VERGÜTUNG

Im Unterschied zu anderen Anbietern muss bei trusted blogs die Vergütung der Blogger nicht zwingend per Überweisung erfolgen, da Blogger mit Kampagnen nicht ihren Lebensunterhalt bestreiten. Dies wären mögliche Alternativen:

- Verschenken Sie ein Produkt
- Bezahlen Sie mit einem Gutschein
- Bieten Sie ein besonderes Erlebnis



Ihre Kampagne muss übrigens nicht zwingend umso mehr Blogger interessieren, je mehr Sie bezahlen. Viel wichtiger ist, dass Ihr Angebot für den Blogger relevant ist und einen besonderen Anreiz bietet: Machen Sie Lust auf eine Kooperation!

Denken Sie bei Ihrer Kalkulation daran, dass Blogger von den Veröffentlichungen nicht leben müssen und somit auf zahlende Kunden und uninteressante Angebote nicht angewiesen sind.

Unsere Analyse von 100 Kampagnen hat ergeben, dass Sie bei einer Vergütung von 200,- Euro ein gutes Verhältnis zur Anzahl eingehender Bewerbungen erwarten dürfen.
(Stand: Januar 2018)

Ermitteln Sie Ihre Gesamtkosten, indem Sie wenige Blogger pro Kampagne auswählen. Mehr dazu lesen Sie auf Seite 16: Blogs aus Bewerbungen wählen.

» Kalkulieren Sie eine Vergütung pro Blogger mit einem Gegenwert in einem dreistelligen Bereich. «

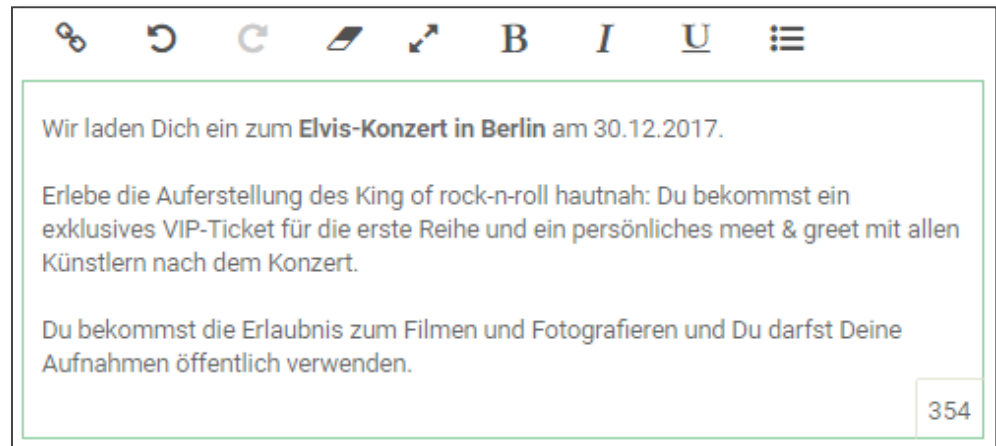
3. DAS KAMPAGNEN-BRIEFING

Nehmen Sie sich Zeit für ein detailliertes und zugleich ansprechendes und Briefing. Je präziser Sie an dieser Stelle sind, desto mehr Blogger werden sich für Ihre Kampagne interessieren und bewerben. Beantworten Sie mit Ihrem Briefing auf jeden Fall diese Fragen:

- **Wer sind Sie?** Stellen Sie Ihr Unternehmen / Produkt / Marke vor.
- **Worum geht es?** Produkttest? Konzertbesuch? Pressereise? Hotel-Aufenthalt?
- **Was wünschen Sie sich?** Testbericht? Bilder/Videos erstellen? Teilen bei Instagram? Was noch?
- **Gibt es Beschränkungen?** Nur für Brillenträger geeignet? Nur für Blogger mit Kindern?

Bereiten Sie das Briefing am besten „offline“ vor. Kürzen Sie Ihren Text so weit wie möglich, ohne dabei wichtige Details zu verlieren. Und dann kopieren Sie Ihr Briefing in das Eingabefeld unseres Formulars.

Zur besseren Lesbarkeit können Sie den Text noch gliedern und formatieren.



The image shows a screenshot of a text input field with a rich text editor toolbar at the top. The toolbar includes icons for undo, redo, bold, italic, underline, and list. The text inside the field is formatted as follows:

Wir laden Dich ein zum **Elvis-Konzert in Berlin** am 30.12.2017.

Erlebe die Auferstellung des King of rock-n-roll hautnah: Du bekommst ein exklusives VIP-Ticket für die erste Reihe und ein persönliches meet & greet mit allen Künstlern nach dem Konzert.

Du bekommst die Erlaubnis zum Filmen und Fotografieren und Du darfst Deine Aufnahmen öffentlich verwenden.

354

Zu einem Briefing zählt neben der Beschreibung Ihrer Kampagne auch die Definition von Bewerbungs- und Veröffentlichungsfristen:

Mit der **Bewerbungsfrist** geben Sie an, bis wann sich Blogger für Ihre Kampagne bewerben müssen. Unsere Auswertung von 100 Kampagnen hat ergeben, dass 3 bis 5 Tage dafür absolut ausreichen.

Die **Veröffentlichungsfrist** ist das Datum, bis zu dem ein Blogpost spätestens erscheinen soll. Wir empfehlen Ihnen, den Bloggern zum Verfassen der Beiträge mindestens zwei Wochen Zeit zu gewähren.

Damit ist das Briefing komplett. Sie können es speichern, oder sofort die Bewerbungsphase starten.

Optional können Sie noch **Anforderungen** und Wünsche hinzufügen, um die Zielgruppe exakter zu bestimmen.

Geben Sie zum Beispiel an, ob man zur Durchführung dieser Kampagne volljährig sein muss, ob die Kampagne für nur ein Geschlecht relevant ist, oder ob die Leser des Blogs einer bestimmten Altersgruppe angehören sollen.

Bewerbungsfrist für die Blogger

28.08.2017

Veröffentlichung des Blogs

31.01.2018

August 2017						
Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

Spezielle Wünsche an den Blogger

Teilnahme erst ab 18 Jahren

Reisebereitschaft ☒ Ja

Leser des Blogs sind eher ☐ männlich ☐ weiblich

Altersgruppe der Leser ☒ 15 ☐ 65+

4. BLOGS AUS BEWERBUNGEN WÄHLEN

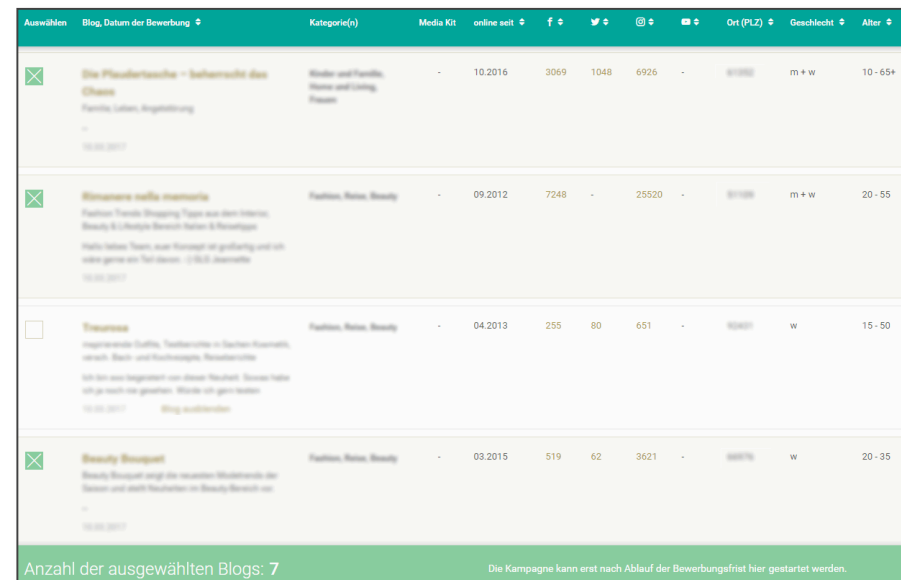
Während der Bewerbungsphase können Sie sich die Blogs der eintreffenden Bewerber anschauen, deren Mediadaten und Reichweiten einsehen und beliebig viele für die Kooperation auswählen. Beachten Sie:

» Eine Kampagne wird nicht umso erfolgreicher, je mehr Blogger daran teilnehmen! «

— Erscheinen viele Beiträge zur gleichen Zeit, werden bei Suchabfragen nur die ersten Treffer beachtet und die meisten Blogposts bleiben unentdeckt.

— Viele Nutzer lesen mehrere Blogs. Treffen sie überall auf das gleiche Thema, bekommt die Kampagne einen „Spam-Charakter“.

— Je mehr Blogger an einer Kampagne teilnehmen, desto weniger „wertig“ ist die Kooperation für jeden Einzelnen. Das kann die Qualität der Beiträge negativ beeinflussen.



Auswählen	Blog, Datum der Bewerbung	Kategorie(n)	Media Kit	online seit	f	t	g	+	Ort (PLZ)	Geschlecht	Alter
☒	Die Pfandkassette – behindert den Alltag Familie, Leben, Angewandte Kunst 10.02.2017	Mode und Fashion, Home and Living, Travel	-	10.2016	3069	1048	6926	-	61200	m + w	10 - 65+
☒	Stimmeneinigkeit Fashion Trends Blogging Tips von den Internet Beauty & Lifestyle Bloggerinnen & Bloggerinnen 10.02.2017	Fashion, News, Beauty	-	09.2012	7248	-	25520	-	61200	m + w	20 - 55
☐	Traumreise inspirierende Guides, Traveltricks in Sachen Roadtrip, versch. Reise- und Reiseplanung, Reiseberichte 10.02.2017 Blog ausblenden	Fashion, News, Beauty	-	04.2013	255	80	651	-	61200	w	15 - 50
☒	Beauty Blogpost Beauty Blogpost zeigt die neuesten Modetrends der Saison und stellt Beauty-Trends vor 10.02.2017	Fashion, News, Beauty	-	03.2015	519	62	3621	-	61200	w	20 - 35

Anzahl der ausgewählten Blogs: 7

Die Kampagne kann erst nach Ablauf der Bewerbungsfrist hier gestartet werden.

Unsere Empfehlung: starten Sie eine Kampagne mit 3 bis 10 Blogs. Wiederholen Sie die Kampagne zu einem späteren Zeitpunkt und wählen Sie dann andere Blogs aus. Dadurch erreichen Sie ein immer neues Publikum, und Sie können gleichzeitig Favoriten für künftige Kooperationen identifizieren.

5. KAMPAGNE STARTEN UND STEUERN

Nach Ablauf der Bewerbungsfrist und Auswahl beliebig vieler Blogs können Sie die Kampagne starten: die Blogger werden dann automatisch informiert und können die im Briefing definierten Anforderungen umsetzen.

Falls Sie Produkte versenden müssen, tun Sie dies bitte sehr zeitnah. Die Adressen der teilnehmenden Blogs stehen in der Kampagnen-Übersicht zum Download bereit.

Lernen Sie jetzt einen weiteren Vorzug unserer Plattform kennen: Sie können über trusted blogs mit allen Bloggern direkt **kommunizieren**, ohne dabei jemals den Überblick zu verlieren.

Neu eintreffende Nachrichten sind besonders gekennzeichnet und Sie sehen immer, was Sie mit wem besprochen haben.



» Freundliche und zeitnahe Kommunikation vermeidet negatives Feedback! «

Beantworten Sie Fragen der Blogger, geben Sie ergänzende Hinweise, oder übermitteln Sie zusätzliche Informationen zur Kampagne.

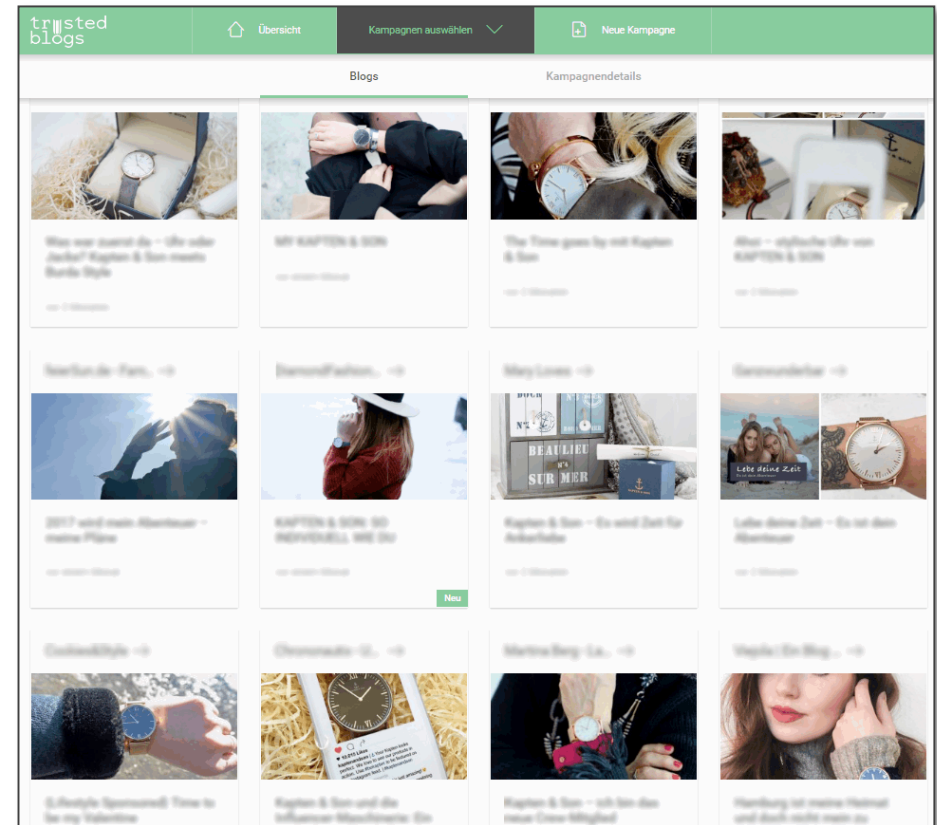
6. KAMPAGNE ABSCHLIESSEN

Die Links zu den Blogposts erscheinen nach Veröffentlichung in der Kampagnen-Übersicht. So können Sie diese leicht finden und studieren.

Sie können jeden Blog als Favorit kennzeichnen, oder aber von zukünftigen Kooperationen ausschließen.

7. ERFOLG MESSEN

Abhängig vom gewünschten Ziel Ihrer Kampagne können Sie deren Erfolg messen. Berücksichtigen Sie dabei, dass nackte Zahlen im Influencer Marketing nur einen Bruchteil des Erfolges bedeuten!



Messen und bewerten Sie beispielsweise diese Punkte:

- Besucher auf Website / im Geschäft
- Anmeldungen / Registrierungen
- Kommentare / Shares / Likes
- Downloads / Leads / Sales

TIPPS FÜR DIE ERSTE KAMPAGNE

ERHALTEN SIE FEEDBACK ZUM BRIEFING

Lassen Sie Ihr Kampagnen-Briefing von Personen lesen, die nicht wissen, was Sie vorhaben. Lassen Sie sich berichten, was verstanden wurde und erfahren Sie, ob sich Rückfragen ergeben. Korrigieren Sie Ihr Briefing noch einmal, um Rückfragen zu vermeiden, oder um wichtige Informationen zu ergänzen.

STARTEN SIE MIT EINEM KLEINEN BUDGET

Wir empfehlen, die erste Kampagne mit einem kleinen Budget zu starten. Lernen Sie zunächst die Arbeitsabläufe einer Blogger Kampagne kennen. Das kann helfen, um weitere Kampagnen zu optimieren und Zeit zu sparen. Sparen Sie aber nicht bei der Vergütung pro Blogger, sondern beschränken Sie die Anzahl teilnehmender Blogs.

WÄHLEN SIE 3 BIS 5 BLOGS

Unsere Blogger sind kommunikativ: erwarten Sie Feedback und Detailfragen zu Ihrer Kampagne. Antworten Sie bitte immer sehr zeitnah und lernen Sie dabei, welcher Aufwand bei der Zusammenarbeit mit 3 bis 5 Bloggern entstehen kann.



TIPPS FÜR WEITERE KAMPAGNEN

PLANEN SIE REGELMÄSSIG

Blog-Marketing muss regelmäßig betrieben werden, damit die Auswirkungen im Unternehmen zu spüren sind. Sie sollten daher nicht nur eine einzige Kampagne veröffentlichen, sondern Blogger-Kooperationen einen festen Platz in Ihrem Marketing-Mix einräumen.

Nicht vergessen: Blog-Marketing erzielt einen besseren ROI als Suchmaschinen-Anzeigen und E-Mail Marketing.

IDENTIFIZIEREN SIE FAVORITEN

Arbeiten Sie langfristig mit den Bloggern zusammen, die gut zu Ihnen passen und besonders gute Ergebnisse liefern. Natürlich können Sie mit diesen Bloggern auch außerhalb von trusted blogs in Verbindung bleiben.

VERÄNDERN SIE DEN FOKUS

Starten Sie neue Kampagnen nicht nur mit bereits bekannten, sondern auch mit immer neuen Blogs. Auf diese Weise erreichen ein immer größeres Publikum, und Sie können immer neue Favoriten identifizieren.



www.trusted-blogs.com

trusted blogs GmbH
Konsul-Smidt-Straße 24
D-28217 Bremen

Telefon: +49 421 460460-80
Mail: info@trusted-blogs.com

Geschäftsführende Gesellschafter:
Eduard Andrae
Rüdiger Schmidt

Registergericht:
Amtsgericht Bremen
Handelsregister: HRB31183
USt-ID-Nr.: DE305203253

