

INFLUENCER



*So wirst du Influencer
Erfülle dir deinen Traum und
starte jetzt erfolgreich!*

Max Tanner

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen. Gegebenenfalls ist eine Beratung bei einem jeweiligen Berater angeraten

Sofern wir auf externe Webseiten fremder Dritter verlinken, machen wir uns deren Inhalte nicht zu eigen, und haften somit auch nicht für die sich naturgemäß im Internet ständig ändernden Inhalte von Webseiten fremder Anbieter. Das gilt insbesondere auch für Links auf Softwareprogramme, deren Virenfreiheit wir trotz Überprüfung durch uns vor Aufnahme aufgrund von Updates etc. nicht garantieren können.

Autor und Verlag sind nicht haftbar für Verluste, die durch den Gebrauch dieser Informationen entstehen sollten.

Die in diesem Werk erwähnten Anbieter und Quellen wurden zum Zeitpunkt der Niederschrift als zuverlässig eingestuft. Autor und Verlegen sind für deren Aktivitäten nicht verantwortlich.

Dieses Handbuch versteht sich als Basisinformationsquelle. Daraus resultierende Einkommen und Gewinne sind allein von Motivation, Ehrgeiz und Fähigkeiten des jeweiligen Lesers abhängig.

Sämtliche Markennamen, Logos usw. sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer, die diese Publikation nicht veranlasst oder unterstützt haben.

Über das Internet erhältliche Texte und Bilder, die in dieser Publikation verwendet werden, können geistiges Eigentum darstellen und dürfen nicht kopiert werden.

Inhalt

Vorwort.....	5
#1 Verstehe, was ein Influencer ist.....	6
#2 Warum willst du ein Influencer werden?.....	6
WARUM möchtest du ein Influencer werden?	6
#3 Lerne die verschiedene Arten von Influencern kennen	8
#3.1 Berühmte Influencer	8
#3.2 Blogger.....	9
#3.3 Mikro Influencer	9
#4 Definiere dein Fachgebiet und finde deine Nische	10
#4.1 Was genau ist eine Nische?	11
#5 Strategie von Anfang an	12
#6 Finde deine Zielgruppe.....	13
Wo findest du deinen Wunschkunden?	14
#7 Deine Biografie	15
#8 Parallel eine Webseite betreiben.....	16
#9 Entwickle deine Content Strategie.....	16
#10 Sei authentisch. Immer!.....	17
#10 Suche Kontakt zu bekannten Influencern aus deiner Nische	18
#11 Welches soziale Netzwerk passt zu dir?	18
#12 Instagram Influencer werden	19
#13 Facebook nutzen.....	20
1. Popularität.....	20
2. Engagement.....	20
3. Influencer Präferenz	21
4. Analytics.....	21
#14 Auf Twitter die Leute in deinen Bann ziehen.....	21
#15 Pinterest - eine Alternative zu Instagram?.....	22
1. Folge den “Pinfluencern” in deiner Nische.....	22
2. Starte ein Gruppenboard.....	22
3. Neue Inhalte pinnen.....	23
#16 YouTube für Videoliebhaber	23
#17 Hashtags richtig nutzen	24
Instagram:.....	24
Facebook:.....	24
Twitter:.....	25

Pinterest:	25
#18 Erstelle Beiträge mit Mehrwert.....	25
#19 Erzähle deine Geschichte	26
#20 Authentizität in Influencer - Marketing - Kampagnen	26
#21 Stelle Fragen.....	27
#22 Reagiere auf Kommentare.....	28
#23 In touch mit deinen Fans.....	28
#24 Sei immer up to Date	29
#25 Veröffentliche regelmäßig neue Beiträge.....	29
#26 Sei offen für Kritik.....	29
#27 Recherchiere täglich neue Themen	30
#28 Erstelle einen Redaktionsplan.....	30
7 Tipps, um einen guten Redaktionsplan zu erstellen:	30
#29 Posts planen und automatisch veröffentlichen.....	31
#29.1 Hootsuite.....	31
#29.2 Buffer	32
#30 Sharing is Caring - Inhalte von anderen teilen	33
#31 Anderen folgen und Kommentare hinterlassen.....	33
#32 Daten auswerten - messe deinen Erfolg.....	33
#33 Monetarisierung - wie wirst du auch finanziell erfolgreich?	35
#34 Such dir deine Werbepartner - Sponsored Posts	36
#35 Affiliate Marketing	37
#36 Trinkgelder, Spenden und Schenken	38
#37 Patreon und Crowdfunding	38
#38 Traditionelle Werbeauftritte.....	38
#39 Individuelle Geschäftsmodelle	39
Nachwort.....	39

Vorwort

Influencer werden - Das klingt nach einem glamourösen Lebensstil: Die Menschen vergöttern dich und du wirst auf großartige Events eingeladen. Deine Bilder werden in den sozialen Medien tausendfach geliked und geteilt. Du hast unzählige Fans. Jeder möchte mit dir arbeiten und deine Meinung ist hoch gefragt. Du bekommst kostenlose Produkte, die du nur bewerben musst, um viel Geld zu verdienen.

Wenn du zufällig noch ein Unternehmen führst, kann deine Influencer Tätigkeit Millionen von Menschen auf dein Geschäft aufmerksam machen, was deine Verkaufszahlen in die Höhe schnellen lässt. Du verdienst viel Geld durch deine Kooperationen mit steinreichen Unternehmen und fliegst um die Welt.

Aber wenn es so einfach wäre, ein Influencer zu werden - warum ist dann nicht jeder einer?

Ich werde in diesem ebook nicht alles schönreden, weil es dir nichts bringt, wenn du nicht die Medaille von jeder Seite betrachtest: **Die Schritte, die du gehst, bis du ein berühmter Influencer bist, erfordern Arbeit.** Sie sind hocheffektiv und werden dich zum Ziel führen, aber nur wenn du bereit bist, Zeit und Mühe zu investieren, bevor der Erfolg sich einstellt.

Die gute Nachricht ist: Wenn du wirklich von ganzem Herzen ein Influencer zu werden möchtest, hast du nach dieser Lektüre einen exakten Plan, wie du es wirklich schaffst. Du wirst in der Lage sein, in jeder Branche, die dich interessiert, Fuß zu fassen und dir einen Namen machen!

In diesem ebook werde ich dir alle wichtigen Schritte erläutern, die auf deinem Weg zum bekannten Influencer vor dir liegen. Du musst ihnen nur der Reihe nachfolgen und diszipliniert deinen Weg gehen - und du wirst einen riesigen Erfolg erleben! Nun wünsche ich dir viel Spaß beim Aufbau deiner Influencer Karriere und beim Lesen meines ebooks.

Viel Spaß wünscht Max Tanner

#1 Verstehe, was ein Influencer ist

Du findest in den folgenden Kapiteln wirklich alle relevanten Tipps für deine Influencer Karriere. Dazu gehört auch, dass du verstehst, was ein Influencer ist und was er tut.

Jemand, der sich eine Fangemeinschaft in einer bestimmten "Nische" aufgebaut hat (wir kommen bei #4 darauf zurück, was eine Nische ist und wie du sie findest) wird als Influencer bezeichnet. Ein solcher Einflussnehmer ist eine Person, die aufgrund ihrer Autorität, ihres Wissens und ihrer Beziehung zum Publikum die Macht hat, andere Menschen und ihre Kaufentscheidungen zu beeinflussen.

Die Anzahl der Personen, die einem Influencer folgen, ist unter anderem von der Größe dieser Nische abhängig. Es ist wichtig, zu berücksichtigen, dass ein Influencer nicht nur ein Marketinginstrument ist, sondern ein sozialer Mensch, der sich frei dafür entscheidet, welche Marken oder Produkte er bewerben möchte, um ein bestimmtes Marketingziel zu erreichen.

Auf diesem Weg geht nichts über Authentizität, denn nur einem Menschen, der ehrlich und echt diesen Weg geht, wird auch geglaubt.

Die Menschen merken wer die Wahrheit sagt und wer sich nur für Produkte verkauft.

#2 Warum willst du ein Influencer werden?

Wir legen nach dieser kurzen Einführung sofort mit den Schritten los, die dich zum Erfolg führen. Zuerst jedoch möchte ich dir eine einfache Frage stellen:

WARUM möchtest du ein Influencer werden?

Hier kommt ein kleines Geheimnis für dich, es wird dich vielleicht nicht begeistern: Ein Influencer zu sein, ist nicht annähernd so glamourös und mühelos, wie es scheint. Es ist eine Menge Arbeit und ein fortwährender Prozess, deinen Influencer Status nicht nur zu bekommen, sondern ihn auch aufrecht zu erhalten.

Auch finanziell dauert es einige Zeit, bis du wirklich ertragreich bist - und selbst dann verdienen Influencer häufig nicht so viel, wie die Öffentlichkeit denkt! Natürlich ist es möglich, als Influencer reich zu werden. Viele Möglichkeiten, das zu schaffen, findest du

hier in diesem Buch. Es ist nur wichtig, dass du dir von Anfang an keine Illusionen machst. Es ist ein langer Weg, der bis zur finanziellen Freiheit vor dir liegt!

Das bedeutet aber auf keinen Fall, dass du diesen Weg gar nicht erst einschlagen solltest!

Es heißt nur, dass du realistisch sein musst. Wenn du einfach nur reich werden möchtest, gibt es einfachere Möglichkeiten, Geld zu verdienen. Die Gründung eines Unternehmens oder die Investition in eine Weiterbildung zahlt sich deutlich mehr aus als der Versuch, ein Influencer zu werden.

Es gibt aber auch sehr viele gute Gründe, warum du dich für eine Influencer Karriere entscheiden solltest:

- Du hast ein Publikum
- Du kannst Geld mit etwas verdienen, was du leidenschaftlich gerne tust
- Du bekommst eine Stimme
- Du erhältst eine riesige Plattform
- Du lernst viele interessante Menschen kennen
- Viele Menschen finden es toll, was du tust und schauen zu dir auf
- Du KANNST reich werden
- Du arbeitest frei von Ort und Zeit
- Du bist dein eigener Chef und entscheidest selbst, mit wem du arbeiten möchtest

Diese Tatsachen sind für viele Menschen bedeutsamer als Geld.

Vor vielen Jahren wusste ich, dass ich ein Online Unternehmen gründen wollte. Also habe ich angefangen, viel zu schreiben und auch andere Arten von Inhalten zu erstellen wie Videos und Bildmaterial. Ich habe einen Blog gestartet, einen Shop ins Netz gestellt und ein Buch geschrieben. Aber das habe ich nicht getan, um möglichst reich zu werden, sondern um endlich das zu tun, was mir von Herzen Spaß machte. Ich wusste genau wohin ich mit meinem neuen Unternehmen wollte und ich wusste auch, dass ein großes Publikum es mir einfacher machen würde, mein Unternehmen auf den richtigen Weg zu bringen.

Finde also heraus, warum du ein Influencer werden willst und sei bereit, diesen Weg zu gehen, egal wie viel Arbeit es kostet. Ohne wahre Leidenschaft an der Sache und Begeisterung für das Leben eines Influencers wirst du diesen Weg nicht meistern.

#3 Lerne die verschiedene Arten von Influencern kennen

Die Mehrheit der Influencer passt in die folgenden Kategorien, wobei die letzte Kategorie die Bedeutendste ist:

- Berühmtheiten
- Branchenexperten und Vordenker
- Blogger
- Mikro Influencer

Der Großteil des Social Influencer-Marketings findet heute in Social Media statt, vor allem durch Micro Influencer und Blogger. Auch Branchenexperten und Vordenker wie Journalisten können als Influencer gelten und eine wichtige Position einnehmen. Dann gibt es noch Prominente. Diese waren die ursprünglichen Influencer, und sie spielen immer noch eine Rolle, obwohl ihre Bedeutung mehr und mehr abnimmt.

Blogger und Influencer in den Social-Media-Kanälen (vorwiegend Mikroblogger) haben die authentischsten und aktivsten Beziehungen zu ihren Fans. Marken erkennen und fördern dies mittlerweile.

#3.1 Berühmte Influencer

Influencer-Marketing ist ursprünglich durch prominente Menschen entstanden. Unternehmen haben festgestellt, dass ihre Umsätze in der Regel steigen, wenn eine Berühmtheit ihr Produkt unterstützt. Es gibt immer noch viele Fälle, in denen Unternehmen, insbesondere High-End-Marken, Berühmtheiten als Influencer nutzen.

Das Problem für die meisten Marken ist aber, dass nicht jeder Prominente bereit ist, ein Influencer zu sein und ihre Marke zu unterstützen - und wenn, dann sind ihre Preise unbezahlbar. Die Ausnahme ist es, wenn eine Firma ein Produkt herstellt, das eine Berühmtheit bereits mag und verwendet. Dann ist es viel wahrscheinlicher, dass der Promi öffentlich erzählt, wie gut er das Produkt findet. Ich bin mir z.B. sicher, dass viele Musikinstrumentenhersteller davon profitieren, dass bekannte Musiker ihre Instrumente spielen.

Ein weiteres Problem von Prominenten als Influencer ist, wenn sie bei der Zielgruppe nicht glaubwürdig sind. Justin Bieber kann in hohem Maße einflussreich sein, wenn er Akne Creme empfiehlt - würde er aber Immobilien für Rentner bewerben, wäre das nicht authentisch und seine Fans würden sich von ihm reingelegt fühlen.

Berühmtheiten können viele Fans und eine gigantische Anzahl an Followern haben. Es ist jedoch fraglich, wie viel direkten Einfluss sie auf diejenigen ausüben, die ihnen folgen.

#3.2 Blogger

Bloggen ist seit einiger Zeit eng mit dem Influencer - Marketing verbunden. Es gibt viele einflussreiche Blogs im Internet. Wenn ein beliebter Blogger ein Produkt in einem Beitrag positiv erwähnt, ist es sehr wahrscheinlich, dass die Fans des Bloggers das Produkt ebenfalls ausprobieren wollen.

Viele Blogger haben in bestimmten Bereichen eine beachtliche Anhängerschaft aufgebaut. Zum Beispiel gibt es sehr einflussreiche Blogs über persönliche Entwicklung, Finanzen, Gesundheit, Kindererziehung, Musik und viele andere Themen, einschließlich des Bloggens selbst. **Das Wichtigste, was erfolgreiche Blogs gemeinsam haben, ist der Respekt ihrer Leser.**

Wenn dein Blog groß und einflussreich genug ist, wollen Unternehmen gesponserte Beiträge auf deiner Website kaufen. Im Gegensatz zu einer beiläufigen Erwähnung in einem Gastbeitrag (ein Beitrag auf einem anderen Blog), den du geschrieben hast, wirst du für einen gesponserten Beitrag bezahlt.

Natürlich ist ein Blog nicht die einzige Art von beliebten Inhalten im Internet. **Sehr beliebt sind mittlerweile Videos, meistens ein Kanal auf YouTube. Unternehmen wählen oft beliebte YouTuber, um ihr Produkt zu vermarkten.**

#3.3 Mikro Influencer

Natürlich verlassen sich Blogger und YouTuber nur selten auf ein bestehendes Publikum, das wie durch Zauberei einfach auf ihre Seite kommt und nach neuen Informationen sucht! Stattdessen posten sie ihre Beiträge parallel zum Blog auch auf ihren Social-Media-Kanälen - was sie zu Mikro Influencern macht.

Doch was genau ist ein solcher Mikro Influencer?

Ein Mikro Influencer ist ein normaler Alltagsmensch, der durch sein Expertenwissen über ein bestimmtes Thema bekannt geworden ist. Als solcher hat er in der Regel eine beträchtliche Anzahl an Followern in den sozialen Medien gewonnen. Natürlich ist es nicht nur die Anzahl der Anhänger, die seinen Einfluss ausmacht, sondern auch die Beziehung und Interaktion, die ein Mikro Influencer zu seinem Publikum hat.

Es ist möglich, dass ein Mikro Influencer gar nicht weiß, dass es ein Unternehmen gibt, das versucht, ihn für seine Werbung zu gewinnen, bis es auf ihn zukommt. Wenn das der Fall ist, muss das Unternehmen zunächst den Influencer von seinem Wert überzeugen. Mikro Influencer haben spezielle Fans, die sich für das Thema interessieren, über das gepostet wird - und sie werden der Beziehung zu ihren Anhängern nicht schaden, indem sie ein Produkt bewerben, was nicht zu ihnen passt.

Die ungeschriebene Regel, dass jede Beziehung zwischen Mikro Influencern und Marken sich an der Zielgruppe ausrichten muss, bedeutet, dass sie oft wählerisch sind, mit wem sie zusammenarbeiten wollen. Einige freuen sich, eine Marke kostenlos zu bewerben. Andere erwarten eine Bezahlung. Unabhängig vom Preis ist es generell sehr unwahrscheinlich, dass ein Mikro Influencer mit einer "unpassenden" Marke in Verbindung gebracht werden will.

Mikro Influencer werden immer häufiger und berühmter.

Einige haben sich von der virtuellen Dunkelheit zu weithin bekannten Berühmtheiten entwickelt. Dies gilt insbesondere für die Generation Z, die mehr Zeit im Internet verbringt als beim Fernsehen, beim Sport oder im Kino. Sie sind die Influencer der Zukunft. Selbst wenn du dich für etwas relativ Unbekanntes interessierst, wirst du wahrscheinlich eine Facebook-Gruppe oder ein Pinterest-Board finden, das speziell deinem Thema gewidmet ist. Und in diesen Nischen etablieren sich die Mikro Influencer als echte Experten.

Nun kommen wir bei #4 endlich dazu, was eine Nische nun genau ist - und wie du dein spezielles Fachgebiet findest!

#4 Definiere dein Fachgebiet und finde deine Nische

Wenn du denkst, dass du da rausgehst und über Nacht ein Influencer wirst, habe ich schlechte Nachrichten für dich. Die Influencer Szene ist unglaublich überfüllt, und es ist unwahrscheinlich, dass du ohne ein geschickt gewähltes Fachgebiet erfolgreich wirst. Du willst über alle und jedes posten? Das kannst du natürlich tun, aber dass du damit erfolgreicher Influencer wirst, ist unwahrscheinlich! Deswegen brauchst du eine sogenannte "Nische".

#4.1 Was genau ist eine Nische?

Eine Nische ist ein Teilbereich eines Marktes. Es gibt z.B. einen riesigen Markt für Beautyprodukte. Dieser Markt teilt sich in weitere Teilbereiche wie Cremes, Peelings, Körperpflegeprodukte, Haarpflege usw. Diese einzelnen Teilbereiche kann man noch weiter aufspalten. Beispielsweise könnte man "Cremes" unterteilen in vegane Cremes, besonders fetthaltige Cremes, Cremes für Menschen mit Akne, Cremes gegen Falten und Cremes für Kinder.

Such dir eine Nische aus, die dich leidenschaftlich interessiert. Vielleicht bist du ja gut im Basteln? Oder du liebst Essen und hast riesiges Interesse an den Küchen der verschiedenen Länder? Vielleicht bist du auch eine Modeexpertin und kennst immer die neuesten Styles und Trends in der Nische Handtaschen aus Stoff?

Jeder einzelne Mensch hat Themen, die in interessieren und zu denen er mehr sagen kann als andere!

Diese Unterteilungen kann man sogar noch fortführen. So findet man seine Nische. Es ist wichtig, dass es für diese Nische einen Bedarf gibt. Du hast nichts davon, wenn du dich für ein Thema entscheidest, das niemanden interessiert. Zu diesem Zweck kannst du verschiedene Tools benutzen, um herauszukriegen, wie viele Menschen monatlich nach deinem neuen Fachgebiet suchen. Es gibt z.B. für genau diesen Zweck das Google Keyword Tool. Das Thema Nischensuche würde locker ein komplettes weiteres Ebook füllen und deswegen dieses hier sprengen. Wenn du dich eingehend über das Thema Nischenmarketing informieren möchtest, empfehle ich dir diese Seite hier.

Kurz gesagt funktioniert die Nischensuche so:

- Du definierst deine Interessen
- Du analysierst, wo ein Bedarf an Informationen besteht
- Du grenzt die Nische ein
- Du findest die perfekte Zielgruppe (siehe auch #4)
- Du erzielst definitiv viel bessere Ergebnisse, wenn du eine Nische definierst. Dafür
- kannst du dir folgende Fragen stellen:
- Was kannst du besser als alle anderen?
- Über was kannst du stundenlang reden?

- Wobei fragen dich andere Menschen um Hilfe?
- Über welches Thema würdest du liebend gerne noch mehr lernen?

Nimm dir Zeit, um nicht nur dein Fachgebiet zu definieren, sondern schreibe dir auch auf, was du nicht bist und sein möchtest!

Bei der Nischensuche kannst du leicht in Versuchung kommen, über ein Thema zu schreiben, das ertragreich wäre. Nehmen wir z. B. an, du hast gesehen, dass viele Leute über Fitness schreiben und damit unzählige Anhänger gewinnen konnten. Solltest du nun auch anfangen, über Fitness zu schreiben? Die eindeutige Antwort ist nein (außer du hast Interesse an Fitness und Spaß daran, darüber zu schreiben).

Du hältst es nicht lange durch, ein Thema zu bedienen, das dich überhaupt nicht interessiert und über, das du jeden Abend ein Buch lesen müsstest, um ein Experte zu werden. Ganz davon abgesehen natürlich, dass die Menschen merken ob man ehrlich zu Ihnen ist oder nicht und ob ein Influencer tatsächlich für sein Thema brennt.

Deine Posts, Videos und Bilder sollten widerspiegeln, was dich wirklich interessiert - und nicht irgendein zufälliges Zeug. Erwäge auch immer, ob du auch in einem Jahr noch genug Ideen hast, immer neue und interessante Sachen über deinen Thema zu schreiben oder zu posten. Später kannst du jederzeit deine Nische erweitern, wenn es thematisch passt!

Deine Nische könnte so z.B. eine Kombination aus verschiedenen Themen sein, solange sie nicht zufällig sind und du sie geschickt verbindest! Du könntest ein Influencer in den Nischen essen, reisen und Lebensstil werden und darüber berichten wie du als digitaler Nomade durch die Welt reist und die verschiedenen Küchen ausprobierst.

#5 Strategie von Anfang an

Du kannst von Anfang an eine Strategie entwickeln, wie du als Influencer auftreten möchtest und auf welchen sozialen Netzwerken du posten willst. Jedes soziale Netzwerk ist anders: Facebook ist z. B. hauptsächlich dazu da, Kontakte zu knüpfen und in Gruppen mit anderen Leuten in Austausch zu kommen, während Instagram geeignet für Menschen ist, die vorhaben, fast ausschließlich Bildmaterial zu posten. YouTube ist der richtige Kanal, wenn du z. B. die Nische "Labrador - Welpen" hast und Videos von den Hundewelpen posten möchtest. Wenn du eher eine finanzielle Nische hast oder beruflich unterwegs bist, eignen sich Xing oder LinkedIn besser für dich. Natürlich ist auch eine Kombination aus verschiedenen sozialen Netzwerken möglich.

Wenn du deine Netzwerke ausgewählt hast, kannst du einen sogenannten Redaktionsplan erstellen. Eine simple Excel Tabelle reicht völlig. Dort trägst du dir Folgendes ein:

- Wie oft du postest (Achtung: die perfekte Post - Häufigkeit ist in jedem Netzwerk anders! Während du z. B. Auf Twitter 20 Mal am Tag posten kannst, weil dein Tweet sowieso sehr schnell untergeht, solltest du es auf Instagram oder Facebook nicht übertreiben, um die Leute nicht zu nerven. Auf Instagram sind 3 Post am Tag z. B. ideal
- Um welche Zeiten du postest
- Welchen Inhalt dein Post hat
- Welche Hashtags du hauptsächlich verwenden willst
- Welche Zielgruppe du ansprechen möchtest

#6 Finde deine Zielgruppe

Je besser du deine Zielgruppe kennst und auf sie eingehen kannst, desto größer wird dein Erfolg sein. Als Influencer gilt es, seine Zielgruppe genau zu kennen und auf Ihre Wünsche und Fragen einzugehen.

Menschen interessieren sich laut der aktuellen Marktforschung aus 8 Gründen für ein Produkt, ein Thema oder eine Dienstleistung:

1. Ansehen, Prestige
2. Angst und Probleme, die mit dem Kauf zu lösen sind
3. Gesundheit
4. Sicherheit
5. Bequemlichkeit und Komfort
6. Bereicherung
7. Neugier und Entdeckung
8. Soziales Engagement

Finde also heraus, wo du deinen Hebel geschickt ansetzen kannst. Schreib deine Inhalte, als würdest du mit deiner Zielgruppe reden. Und NUR mit ihr. Deine Zielgruppe bestimmt wichtige Elemente deiner in #3 festgelegten Strategie, wie z.B. Stil, Ton und Anrede. Also ermittle alles, was du über deinen Leser herausfinden kannst.

Hier ein paar Beispiele:

- Ungefähres Alter
- Wahrscheinliches Geschlecht
- Woher kommen die Menschen?
- Die Hobbys
- Lesevorlieben
- Mag er/sie Zeitschriften und Blogs?
- Schreibt er gerne?
- Wo im Internet hält er sich auf? Das können z.B. soziale Netzwerke oder Foren sein

Je mehr du in Erfahrung bringen kannst, desto besser! Erschaffe dir einen Wunsch Follower, indem du ihn dir so detailliert wie möglich vorstellst. Besuche Foren und Gruppen in den sozialen Netzwerken, wo dein Follower sich aufhält und lese, was für Fragen ihn umtreiben, womit er Probleme hat (die du bestenfalls lösen kannst) und was ihn interessiert. Je genauer du deinen Wunschkunden beschreiben kannst, desto leichter wird es dir fallen, dein Influencer Projekt zu starten.

Wo findest du deinen Wunschkunden?

Du willst Influencer zum Thema Schlaflosigkeit werden und später auch auf deiner eigenen Webseite homöopathische Schlafmittel verkaufen. Außerdem möchtest du ein Buch über das Thema schreiben und es ebenfalls auf deiner Homepage verkaufen. In diesem Fall könntest du z.B. ein Forum zum Thema aufsuchen. Sicher gibt es auch auf Facebook Gruppen dazu oder Videos auf YouTube, wo du auch die Kommentare durchforsten könntest.

Es gibt unzählige Möglichkeiten, wo du dich im Netz aufhalten kannst, um deinen Wunschkunden zu finden. Hier habe ich dir die drei besten und effektivsten Wege zusammengestellt:

Die sozialen Netzwerke. Es bringt allerdings rein gar nichts, wenn du dort willkürlich deinen Content verteilst. Nehmen wir Facebook als Beispiel: Wenn du eine Seite aufziehst, wo du deinen Content veröffentlichst, heißt das noch lange nicht, dass die Besucher nun in Scharen kommen.

Viel effektiver ist es, sich Gruppen anzuschließen, die sich mit deinem Thema beschäftigen. Dort beobachtest du von nun an, welche Fragen und Probleme die Menschen dort haben, die du mit deinen Inhalten als Experte lösen könntest. Nun kannst du gezielt Lösungen anbieten.

Denk dabei nicht an deine eigene Werbung. Sei hilfsbereit, freundlich und biete kostenlosen Content an, nicht nur deine Produkte. Spamme die Leute nicht mit Links zu, damit machst du dich nicht beliebt.

Foren: Natürlich solche, die sich mit deinem Thema beschäftigen. Schreibe Beiträge, hilf anderen Nutzern und finde so mehr über die Wünsche und Probleme deiner potenziellen Leser heraus.

Blogs: Verfolge themenrelevante Blogs. Kommentiere sie und tritt mit dem Autor und seinen Lesern auf diesem Wege in Kontakt. Im Ernst, scheu dich nicht, auch ein Blogger persönlich anzuschreiben. Die meisten sind sehr hilfsbereit und teilen ihr Wissen gerne! Die Menschen wollen verständlicherweise sicher sein, dass die Person, die ihr Vertrauen bekommt, es auch wirklich verdient. Was du kreierst und im Web veröffentlichst, zeigt den Menschen, was du für eine Person bist und wie dein Unternehmen arbeitet. Sie erkennen an deinem Content, ob du weißt, wovon du redest. Je offener du bist, desto besser.

#7 Deine Biografie

Nun beginnst du mit der Feinabstimmung deiner sozialen Konten und evtl. deines Blogs. Die allererste Sache, auf die du dich konzentrieren solltest, ist die Erstellung einer Biografie, die sofort die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich zieht. Du hast nur wenige Zeichen - und diese paar Wörter müssen deine Zielgruppe in ihren Bann ziehen! Sei so herzlich und überzeugend, wie du kannst. Ein oder zwei Emoticons schaden deiner Bio auch nicht. Denk daran, deine Biografie ist eines der ersten Dinge, die eine Marke oder ein potenzieller Anhänger von dir sieht. Wenn du also ein Influencer werden willst, Sorge dafür, dass deine Bio aussagekräftig, interessant und knackig ist! Schau dir einfach die Biografien von Influencern an, die bereits bekannt sind, dort findest du einiges an Inspiration!

Influencer und Reisebloggerin Helene Sula hat z.B. eine überzeugende und attraktive Instagram-Bio. Im Namensfeld hat sie den "Reiseblogger" geschickt eingebunden, so dass ihr Profil in Suchanfragen für Reiseinteressierte auftaucht. Und in ihrer Biografie erzählt sie, wie sie nach Deutschland zog, um Europa zu erkunden und alles hinter sich zu lassen. Abgesehen von ihren Welpen und ihrem Mann. Ist das nicht bemerkenswert?

#8 Parallel eine Webseite betreiben

Ich würde immer empfehlen, auch als Micro Influencer, einen Blog parallel zu deinen Netzwerken zu erstellen. Vor allem deswegen, weil jedes soziale Netzwerk schließen kann oder sich die Regeln so ändern, dass es sich für dich nicht mehr lohnt. Wenn du nun ausschließlich auf dieses Netzwerk angewiesen bist, ist im schlimmsten Fall deine ganze Karriere beendet.

Wenn du aber parallel einen selbst gehosteten Blog hast, kann dir so etwas nicht passieren! Es ist eine zentrale Stelle und eine gute Sicherheit für deine zukünftige Influencer Karriere. Ein sehr guter Bloganbieter ist WordPress. Die Bedienung ist sehr einfach zu verstehen und du hast das System schnell verstanden. Außerdem liebt Google WordPress, was gut für dein SEO (Suchmaschinenoptimierung) ist. Egal, auf welchem sozialen Netzwerk du unterwegs bist: Es gibt zahlreiche Plugins, mit denen du deine Kanäle mit dem Blog verbinden kannst. Auch andere Projekte wie z.B. ein Shop oder ein Portfolio sind mit WordPress sehr leicht zu verwirklichen.

#9 Entwickle deine Content Strategie

Ohne guten Content wirst du niemals ein erfolgreicher Influencer. Content bedeutet nicht nur, schriftliche Inhalte zu erstellen, sondern auch, Videos Bilder oder um sonstige mediale Inhalte zu erstellen. Wichtig ist, dass du immer originale Inhalte veröffentlichst. Kopieren und Inhalte doppelt posten ist nicht ratsam. Auch Google mag das nicht.

Überlege dir, welche Form von Content bei dir überwiegen wird. Das hängt natürlich auch davon ab, in welchem sozialen Netzwerk du dich bewegst. Die Netzwerke wurden ja bereits besprochen. Wenn du z. B. ein Instagram Influencer bist, ist es nicht ratsam, ellenlange Texte zu schreiben. Hier gilt: Kurz und knackig. Auf Facebook dagegen kannst du gelegentlich ruhig einen längeren Text veröffentlichen.

Gerade bei langen Texten solltest du darauf achten, Bilder, Infografiken, Slideshows und Videos einzubinden. Das lockert den Text auf und hält deine Leser bei der Stange. Vergiss nicht, Quellen für alle Daten, Zitate und indirekten Erwähnungen anzugeben, die du in deinem Beitrag nutzt. Das umfasst Recherchen, Whitepaper, Studien und Ratschläge von Experten in deiner Nische.

Später in diesem ebook kommen wir noch darauf zu sprechen, wie du hochwertigen Content erstellst.

#10 Sei authentisch. Immer!

Im Prinzip gibt es Influencer schon lange, nur hießen sie noch nicht so: Schon im Mittelalter schauten Frauen zu den gut gekleideten, vornehmen Frauen auf und kopierten ihre Mode. Genau so war es in jeder menschlichen Epoche: Einflussreiche Persönlichkeiten standen auf dem Präsentierteller und waren sich ihrer Wirkung bewusst.

Der einzige Unterschied ist die Plattform. Heutzutage dominiert Social Media immer stärker den Markt - und hat die Regeln neu geschrieben.

Und es gab immer eine Sache, die Erfolg oder Misserfolg ausmachte: **Die Authentizität der einflussreichen Persönlichkeit.** Nur, wer wirklich ehrlich auf die Menschen wirkt und wem man seine Aussagen und Aktivitäten zu 100% abnimmt, hat Erfolg.

Sei einfach ehrlich!

Viele Influencer sind zeitweise nahe an die Grenzen der Wahrheit gekommen. So einige werden dir privat erzählen, dass das kuschelige, fehlerfreie Leben, das sie in den sozialen Medien präsentieren, weit entfernt ist von der Realität. Aber wenn es darum geht, ein dauerhaft geachteter Influencer zu sein und mit Marken zu arbeiten, ist Ehrlichkeit wirklich die beste Entscheidung. **Das Zuckerwatte - Leben nimmt dir nämlich niemand ab!**

Nehmen wir einfach mal eine gesponserte Reise als Beispiel. Wenn ein Reiseunternehmen dir eine kostenlose Reise angeboten hat, um für sich zu werben und du deine Zielgruppe über deine geplante Reise informierst, ist das ein gesponserter Inhalt. Tu jetzt bloß nicht so, als wärst du auf magische Weise in das 5-Sterne-Resort

gekommen, wenn du erst gestern beschwert hast, dass du dir deinen täglichen Kaffee kaum leisten kannst. Deine Follower wissen, dass das nicht so passiert ist. Markiere den Inhalt lieber ehrlich als gesponsert und mach deinem Publikum klar, dass du dich natürlich freust, gerade WEIL du gerade knapp bist! Du kannst auch den #sponsored Hashtag nutzen. So wäre das dann authentisch und ehrlich!

Es ist auch gut, wenn du lernst, nein zu sagen. Wenn ein Produkt nicht zu dir passt oder du mit jemandem nicht kooperieren möchtest, ist es der ehrlichere Weg, einfach nein dazu zu sagen.

#10 Suche Kontakt zu bekannten Influencern aus deiner Nische

Nun, da du eine allgemeine Vorstellung davon hast, in welcher Nische du als Influencer loslegen willst und auf welcher Plattform du postest, gilt es, zu checken, wer sich bereits in dieser Nische tummelt - deine Konkurrenz also! Beginne mit der Suche nach den Influencern in dem Netzwerk, für das du dich entschieden hast, aber erweitere deine Suche nach Bedarf. Finde mindestens 10 Personen, die bereits Experten in deinem Bereich sind.

Dann analysierst du, was deine Konkurrenz postet, unternimmt und welche Hashtags sie nutzt. Worauf reagieren die Fans am Meisten? Was hat den größten Erfolg?

Du tust dies nicht, um Inhalte zu stehlen und sie zu kopieren, sondern für deine Inspiration! Vielleicht hat z.B. ein Influencer in deiner Nische vorgestern einen großartigen Post auf Instagram veröffentlicht und du kannst das gleiche Thema von einer komplett anderen Seite beleuchten?

#11 Welches soziale Netzwerk passt zu dir?

In den letzten zehn Jahren hat die Bedeutung von Social Media stark zugenommen. Laut dem einer Studie von "We Are Social" und "Hootsuite" nutzen 3,028 Milliarden Menschen aktiv Social Media - das sind 40% der Weltbevölkerung. Diese ganzen Menschen schauen zu Social Media Influencern auf und begleiten ihren Weg.

Social Media Influencer sind Menschen, die sich durch ihr Wissen und ihre Expertise zu einem bestimmten Thema einen Namen gemacht haben. Sie veröffentlichen regelmäßig

Beiträge zu diesem Thema auf ihren bevorzugten Social-Media-Kanälen und generieren große Mengen enthusiastischer Menschen, die ihren Posts Aufmerksamkeit schenken, sie teilen und bewerten.

Marken und Unternehmen lieben Social Media Influencer, weil sie Trends schaffen und ihre Anhänger zum Kauf von Produkten ermutigen können, die sie bewerben. Es gibt Dutzende von verschiedenen Plattformen, auf denen du Influencer werden kannst, wie YouTube, Instagram, Facebook, LinkedIn, Blogging, Podcasting, Xing, Twitter und viele kleinere und unbekanntere Netzwerke.

Die Sache ist die, man kann nicht bei allen gleichzeitig einflussreich sein. Wenn du nicht reich bist und jemanden beauftragen kannst, der alle Netzwerke gleichzeitig für dich verwaltet, musst einen oder zwei Kanäle wählen, auf die du dich konzentrieren kannst. Beginne mit den folgenden Fragen:

- Bist du gut vor der Kamera? Wenn ja, könnte YouTube eine gute Wahl sein.
- Schreibst du gerne? Bloggen (auf deiner eigenen Seite oder auf einer Plattform wie Medium) könnte gut passen.
- Welche Art von Inhalten möchtest du erstellen? Wenn du super fotografieren kannst und willst, schau dir Instagram, Snapchat oder Facebook an.
- Wenn du eine Stimme hast, die für das Radio gemacht wurde, könntest du ein super Podcaster werden.
- Wo ist deine Zielgruppe? Wenn dein Publikum Snapchat nicht wirklich benutzt, lohnt es sich auch nicht, dort eine Influencer Karriere zu starten!
- Kannst du auf dem Kanal dominieren oder ist er bereits mit Influencern übersättigt

Weil die Frage, auf welchem Netzwerk du nun ein Influencer wirst, so wichtig ist, beleuchte ich nun kurz jedes der großen Netzwerke:

#12 Instagram Influencer werden

Du willst versuchen, Instagram Influencer zu werden? In diesem Fall sollte nicht nur jedes deiner Fotos optisch ansprechend sein, sondern auch ein grafisches Gesamtkonzept deiner Timeline widerspiegeln. Das bedeutet, dass alle deine Fotos im Feed gut miteinander harmonisieren.

Viele Instagram Influencer folgen einem bestimmten Stil bei der Bearbeitung ihrer Fotos, so dass eine bestimmte Farbe immer wiederkehrt oder die Fotos immer einen ähnlichen Rahmen haben.

Die meisten erfolgreichen Influencer haben damit angefangen, Instagram als Hobby zu nutzen. Sie teilen Bilder und Videos von Ihrem Leben und den Aktivitäten, für die sie sich begeistern. Es ist unwahrscheinlich, dass sie von Anfang an daran gedacht haben, sich mit Marken zu verbinden. Sie sind nur auf Instagram, um sich zu amüsieren und sich mit anderen zu vernetzen. Im Laufe der Zeit stellen sie dann fest, dass die Leute ihre Beiträge schätzen und teilen. Dies hat den Effekt, dass Sie sich angespornt fühlen, mehr zu teilen.

Instagram kann viel Zeit in Anspruch nehmen. Du kannst Ewigkeiten damit verbringen, deine Bilder zu perfektionieren und zu posten, Bildunterschriften zu erstellen und Geschichten zu erzählen.

Auf Instagram kannst du so viele Hashtags wie möglich nutzen. Zu Hashtags und wie du die perfekten für dich findest, kommen wir noch.

#13 Facebook nutzen

Facebook ist, gemeinsam mit Instagram, die Top-Wahl, wenn es um Social Media Influencer Marketing geht.

Warum ist Facebook so eine großartige Wahl? Facebook ist aus verschiedenen Gründen eine hervorragende Plattform für Influencer. Hier sind einige der besten:

1. Popularität

Laut dem Pew Research Center ist Facebook nach wie vor der beliebteste Social-Media-Kanal. Statista berichtet, dass die Plattform monatlich 1,94 Milliarden aktive Nutzer hat. Damit ist es der meistgenutzte Social-Media-Kanal und bietet hohe Chancen, deine Zielgruppe hier zu finden. Mit einer so großen Nutzerzahl bietet dir Facebook die Möglichkeit, eine riesige Zielgruppe zu erreichen.

2. Engagement

Facebook ist nicht nur sehr beliebt, sondern zieht auch ein engagiertes Publikum an. Von den fast 2 Milliarden Nutzern melden sich laut einer anderen Statista - Studie täglich mindestens 1,25 Milliarden auf der Plattform an. Und eine MediaKix-Studie ergab, dass

jeder Nutzer rund 35 Minuten seines Tages auf der Plattform verbringt, nur fünf Minuten kürzer als auf YouTube.

3. Influencer Präferenz

Laut einer Bloglovin - Studie ist Facebook die am zweithäufigsten bevorzugte Plattform unter den Influencern, nur geschlagen von Instagram.

4. Analytics

Facebook bietet Marken ein integriertes Analyse-Tool namens "Facebook Insights". Facebook Insights ist ein ziemlich leistungsstarkes Tool. Es ist für dich als Facebook Influencer sehr nützlich, weil es dir hilft, deine Zielgruppe besser zu verstehen:

- Reichweite und Nutzerstatistiken können abgefragt werden
- Du kannst Kommentare, Likes und Reaktionen auswerten und sehen, wie oft dein Beitrag geteilt wurde - und von wem.

Außerdem ist Facebook, gemeinsam mit Google+, das einzige Netzwerk, auf dem du uneingeschränkt alle Arten von Inhalten teilen kannst: Videos, Bilder, lange Texte und Podcasts.

#14 Auf Twitter die Leute in deinen Bann ziehen

Ein Twitter Influencer ist jemand, der andere Twitter - User dazu bringt, über eine bestimmte Person, einen bestimmten Ort oder eine bestimmte Sache zu sprechen. Noch bevor Nachrichten im Fernsehen kommen, findet man sie auf Twitter. Nachrichten werden gesammelt und neu getwittert und werden dadurch oft viral. Twitter Influencer haben einen großen Einfluss und die Themen, über die sie twittern, werden wahrscheinlich häufig geteilt. Daraus können sich echte Trends entwickeln. Allerdings musst du dich auf Twitter kurzfassen: Nur 280 Zeichen sind aktuell erlaubt. Wenn ein Twitter Influencer eine bestimmte Marke, einen bestimmten Trend oder ein bestimmtes Element von Interesse erwähnt, twittern seine Follower es weiter.

Manche Twitter Influencer sind Branchenexperten, die für ihr Experten Know-how bekannt sind. Sie präsentieren in leicht verständlicher Form komplexe Inhalte der Öffentlichkeit und twittern über neue Ereignisse in der Branche.

Startups haben oft Mühe, in den sozialen Medien wahrgenommen zu werden, und Twitter Influencer können einen Beitrag dazu leisten, sie auf einen Schlag bekannter zu machen.

Wähle auf Twitter Hashtags aus, die branchenspezifisch und leicht zu verknüpfen sind. Hashtags machen deine Tweets auf Nutzer aufmerksam, die noch nicht deine Follower sind.

Einige Tools und Websites wie Hashtagify helfen dir bei der Entscheidung, welche Hashtags du für einen bestimmten Tweet verwenden kannst. Stelle jedoch sicher, dass du nicht zu viele Hashtags (höchstens 3) benutzt, weil es unwahrscheinlich ist, dass ein Beitrag mit zu vielen Hashtags gelesen wird.

Wenn du außerdem ein Twitter-Profil, das nicht alltäglich ist, mit einem witzigen Slogan und einem interessanten Profilbild hast, machst du dich interessant.

#15 Pinterest - eine Alternative zu Instagram?

Es gibt 3 einfache Möglichkeiten, wie du als Influencer (auf Pinterest auch "Pinfluencer" genannt) auf Pinterest erfolgreich wirst und dir eine Fangemeinde aufbaust. Ich schlage vor, dass du versuchst, diese 3 Strategien in dein Pinterest - Marketing zu integrieren:

1. Folge den "Pinfluencern" in deiner Nische

Wenn du jemandem auf Pinterest folgst, erhält derjenige eine Benachrichtigung. Die meisten Leute werden sie öffnen, um zu sehen, worum es geht und dann entscheiden, ob sie dir zurück folgen wollen. Du hast also nur ein paar Sekunden, um einen Eindruck zu hinterlassen. Das geht am besten so:

- Vollständige und interessante Bio
- wichtigste Boards oben halten
- Schönes Profilbild oder Logo

2. Starte ein Gruppenboard

Ein Gruppenboard wird dir helfen, deine Reichweite auf Pinterest zu erhöhen, weil Leute dir auf Pinterest folgen müssen, um ein Mitwirkender zu werden. Und wenn jemand deinem Gruppenboard folgt, bekommst du jedes Mal einen weiteren Follower. Lade andere Influencer deiner Nische ein, in dein Gruppenboard zu kommen.

3. Neue Inhalte pinnen

Statistiken zeigen, dass etwa 80% der Pinterest Pins Repins sind. Die Leute erstellen jeden Tag neue Inhalte ... und wenn du diesen frischen Content zuerst pinst, werden die Leute es bemerken und du wirst als Trendsetter angesehen.

#16 YouTube für Videoliebhaber

YouTube ist längst zu einer der größten sozialen Plattformen geworden. Laut Statistics Brain nutzen 1.325.000.000 Menschen YouTube und schauen sich täglich 4.950.000.000 Videos an. 3,25 Milliarden Stunden Video werden jeden Monat auf YouTube angeschaut. Ist es da überraschend, dass YouTube-Stars oft einflussreicher sind als "traditionelle" Prominente?

Natürlich bieten erfolgreiche YouTube - Influencer ihre Videos nicht kostenlos an: Sie haben festgestellt, dass es durchaus möglich ist, Geld auf YouTube zu verdienen. Meistens geschieht das, indem sie erlauben, dass in oder vor ihren Videos Werbung eingebunden wird - oder sie bewerben in ihren Videos selbst ein Produkt. Wenn du es schaffst, auf YouTube zu den bekannten und einflussreichen Influencern zu gehören, kann dir das gutes Geld einbringen.

Pew Die Pie ist ein schwedischer YouTuber und Videospiel Kommentator, der vor allem für seine Let's Play Kommentare und Vlogs bekannt ist. **Er ist ein perfektes Beispiel für eine erfolgreiche YouTube Karriere:** Sein Kanal hat derzeit 49,1 Millionen Abonnenten. Er ist sehr beliebt! Anfang 2016 hat MoneyNation die Zahlen analysiert, um zu sehen, wie lukrativ YouTube für Pew Die Pie ist:

Er hat ein durchschnittliches Gehalt von 12 Millionen Dollar pro Jahr und er hat geschätzte 124 Millionen Dollar verdient, seit er 2010 seine YouTube-Karriere begonnen hat. MoneyNation hat errechnet, dass sein Nettovermögen 78 Millionen Dollar beträgt. Das ist vielleicht nur ein Drittel des Vermögens von Miley Cyrus, aber es ist das 625-fache von dem, was ein durchschnittlicher Amerikaner verdient!

Wie verdienen Pew Die Pie und andere erfolgreiche YouTuber ihr Geld? Es ist ganz bestimmt nicht so, dass du einfach ein Video auf YouTube hochlädst und hoffst, dass es Millionen Aufrufe bekommt. In der Tat ist die wahre Antwort sehr langweilig - denn es funktioniert genauso, wie auf jedem anderen Social Network oder einer Webseite: Um auf YouTube Geld zu verdienen, musst du qualitativ hochwertige Inhalte erstellen, die Zugriffe auf sich ziehen.

Erst wenn Menschen deine Videos millionenfach anklicken und dann auch deine Werbelinks besuchen, wird das Ganze lukrativ.

#17 Hashtags richtig nutzen

Wie verwenden Influencer Hashtags und weshalb spielen Hashtags auf jedem Netzwerk eine entscheidende Rolle?

Hashtags sind wichtig, damit die Leute deinen Inhalt finden. Sie suchen nach bestimmten Begriffen und finden deinen Beitrag. Die Verwendung von Hashtags ist in jedem sozialen Netzwerk anders:

Instagram:

Du kannst so viele Hashtags benutzen, wie es geht (ein Extra Tipp: Poste sie nicht direkt unter deinem Beitrag, sondern in die Kommentare. **Das wirkt professioneller und lässt deinen Beitrag aufgeräumter aussehen.** Aktuell erlaubt Instagram 30 Hashtags. Wichtig ist es, darauf zu achten, dass du themenspezifische Hashtags nutzt.

Viele denken, auf Instagram ginge es darum, möglichst beliebte Hashtags zu nehmen, weil sie eine hohe Reichweite haben. Das ist jedoch falsch und du würdest lediglich in der Masse untergehen.

Außerdem möchtest du ja, dass dich Menschen finden, die an deinem Thema interessiert sind.

Facebook:

Es ist eine Frage, die sich viele stellen: Sollte man auf Facebook Hashtags nutzen - und wenn ja, wie viele? Tatsächlich gibt es von Facebook keine offizielle Stellungnahme. Untersuchungen haben jedoch gezeigt, dass sich Hashtags auf Facebook eher kontraproduktiv auf die Reichweite auswirken. Während bei anderen sozialen Netzwerken gezielte Hashtags sehr effektiv sind, solltest du bei Facebook also besser darauf verzichten.

Twitter:

Hashtags sind erlaubt und gewollt, aber hier ist es ratsam, keinesfalls zu übertreiben. Die Nutzer von Twitter mögen keine Posts, die nur aus Hashtags bestehen. Besser funktioniert es, wenn du deinem Post einen bis höchstens drei themenspezifische, sinnvolle Hashtags zuordnest.

Pinterest:

Dort ist es das Gleiche wie auf Instagram, jedoch dürfen nur 20 Hashtags verwendet werden. Auch hier gilt es, die Hashtags gut auszuwählen und auf seine Nische anzupassen. Ein Extra Tipp: Es gibt Tools wie z.B. IFTTT, mit denen du automatisch deine Instagram Bilder auf Pinterest teilen kannst. Sie sind dann mit den Instagram Hashtags versehen.

#18 Erstelle Beiträge mit Mehrwert

Du musst ein solides Fundament haben - und das solideste Fundament, was du haben kannst, ist dein Inhalt. Um wirklich gute, qualitativ hochwertige Inhalte zu erstellen, kannst du dich an diesen drei Säulen für guten Content orientieren:

1. Dein Inhalt ist leicht verständlich. Wenn du z.B. eine komplexe Idee präsentieren willst, zerlegst du sie in mehrere kleine Teile. Benutze niemals zu viele Fachwörter, die kein Mensch versteht. Du musst dir immer vorstellen, dass Deine Zielgruppe noch nicht so kompetent in deinem Thema ist wie du und es ist definitiv richtig, zu versuchen, es so einfach wie möglich darzustellen.

2. Er ist hilfreich und informativ. Die meisten Menschen haben Probleme, wenn du ihnen also zeigen kannst, wie sie diese Probleme angehen können, entsteht Mehrwert. Das ist der Grund, warum Anleitungen und Tutorials so beliebt sind.

3. Er ist optisch ansprechend. Je nach Content Format erstellst du nützliche Screenshots, Texte, Videos oder Bilder, sei es im Blog selbst oder in anderen Kanälen. Du möchtest natürlich die Menschen dazu animieren, deine Inhalte zu teilen. Qualitativ hochwertige Miniaturansichten auf deinem YouTube Account sorgen beispielsweise für mehr Aufmerksamkeit und dafür, dass dein Inhalt häufig geteilt wird.

Auch hier wird wieder klar: Je besser du dein Publikum kennst, desto gezielter kannst du deine Inhalte erstellen und Menschen helfen, Probleme zu lösen.

#19 Erzähle deine Geschichte

Menschen vertrauen grundsätzlich darauf, dass anderen Menschen wissen, wovon sie reden. Dazu ist es äußerst hilfreich, wenn du ein bisschen von deiner Geschichte erzählst. Das bedeutet nicht, dass du dein gesamtes Privatleben vor deinen Followern ausbreiten musst, sondern lediglich Kleinigkeiten von dir selbst erzählst.

Seit dem Beginn der menschlichen Zivilisation neigen Menschen dazu, dem zu vertrauen, was ihre Freunde und Familienmitglieder ihnen zu sagen haben. Sie hören dann auch auf Ratschläge und sind bereit, anderen zu erzählen, was sie gelernt haben.

Das ist bis heute so geblieben, aber die Art der Kommunikation hat sich geändert - von der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht oder über das Telefon sind wir zum digitalen Informationsaustausch fortgeschritten.

Überlege dir ein paar Dinge, die für dich charakteristisch sind. Achte dabei nicht auf Perfektion, denn Perfektion ist langweilig und wirkt unecht. Du könntest z.B. von deinem Haustier erzählen oder gelegentlich lustige Anekdoten deiner Kinder zum Besten geben. Oder erzählen, dass bei dir ohne Kaffee nichts geht, weil du der totale Langschläfer bist.

#20 Authentizität in Influencer - Marketing - Kampagnen

In einer Influencer Marketing Umfrage gaben 87% der Befragten an, dass "der größte Nutzen von Influencer Marketing darin besteht, authentische Inhalte über ihre Marke zu erstellen". Und das ist der wichtigste Grund, warum Influencer - Marketing so effektiv ist und Ergebnisse liefern kann, von denen andere Marketer nur träumen. Denn die Kampagnen, die Influencer durchführen, sind authentisch und vertrauenswürdig.

Sie sollten es zumindest sein

Du kannst nicht in eine Marketing-Kampagne einsteigen und erwarten, dass sie authentisch ist und erstaunliche Ergebnisse liefert. Weil es so nicht funktioniert. Wir wissen

jetzt, dass Authentizität im Influencer-Marketing wichtig ist, aber es gibt noch so viele weitere Fragen, die beantwortet werden müssen.

Wie kann man eine authentische Influencer-Kampagne erstellen? Und warum ist es wichtig? Das sind unter anderem Fragen, auf die ich dir hier Antworten geben werde. Keine Marke ist zu 100% authentisch, oder?

Alle Unternehmen haben Ziele, und jeder weiß, dass die Marke nur mehr verkaufen will. Das bedeutet, dass die Menschen den Worten von bestimmten Marken immer ein wenig misstrauisch gegenüberstehen.

Wenn du dich mit einer Marke zusammenschließt, die eine Kampagne mit dir erstellen will, die nicht authentisch ist, verlierst du (und das Unternehmen natürlich ebenfalls) das Vertrauen deiner Follower.

Eine erfolgreiche Partnerschaft funktioniert dann, wenn du aus vollem Herzen die Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens vertreten kannst und liebend gerne darüber berichtest. Das ist auch der Grund, warum Prominente an Glaubwürdigkeit verloren haben und kleinere Mikro Influencer an Popularität gewinnen konnten. Denn der Grund dafür ist, dass Prominente, die für Marken werben, in den meisten Fällen die Produkte, für die sie werben, nie wirklich nutzen würden.

Gute Influencer hingegen arbeiten nur mit Marken zusammen, die sie wirklich lieben. Das ist der Grund, warum diese Art von Partnerschaft die besten Ergebnisse erzielt. Weil die Leute ihnen vertrauen!

Lass dich weder von einem großartigen finanziellen Angebot noch von irgendwelchen Versprechungen dazu überreden, etwas zu bewerben, was du nicht gut findest. Deine Follower werden es dir danken.

#21 Stelle Fragen

Fragen animieren deine Follower und Fans, sich aktiv zu beteiligen und eine Antwort zu geben. Deswegen ist es immer gut, wenn du deinen Post mit einer aktiven Frage

abschließt und dazu auffordert dir doch in den Kommentaren eine Antwort zu hinterlassen. So trittst du mit deinem Publikum in Interaktion und lernst sie noch besser kennen.

Achte darauf, dass deine Fragen kreativ sind - und nicht einfach nur mit "Ja" oder "Nein" beantwortet werden können. Wenn du z.B. ein Buch rezensiert hast, könntest du fragen, ob jemand ein anderes gutes Buch zum Thema empfehlen kann und wenn ja, welches.

#22 Reagiere auf Kommentare

Wenn dir Kommentare geschrieben werden, solltest du auch darauf antworten. So zeigst du deinen Followern, dass du wirklich Interesse an ihnen hast und dir durchliest, was sie dir schreiben. Natürlich musst du nicht jedes Mal antworten, aber du solltest dir schon mehrmals die Woche die Zeit nehmen, die Reaktionen auf deine Inhalte zu lesen und darauf zu reagieren.

#23 In touch mit deinen Fans

Wenn du denkst, du wirst z.B. ein Instagram Influencer, indem du einfach ohne ein Wort Fotos oder Videos veröffentlichst, siehst du das falsch. Nur wer Bildunterschriften verfasst und sich Mühe gibt, mit den Followern ins Gespräch zu kommen, hat eine realistische Chance auf viele Anhänger. Verwende deine Bildunterschrift, um Geschichten zu erzählen oder deinen Anhängern Fragen zu stellen und ihnen auf emotionaler Ebene näher zu kommen. Gib ihnen einen Grund, dir zu vertrauen, dir zu folgen und sich mit dir zu beschäftigen.

Vergiss aber bei all deinem Engagement nicht, aufrichtig und authentisch zu bleiben. Besser keine Geschichte als eine erfundene oder gefakte.

Super ist es auch, wenn es Möglichkeiten gibt, dir offline zu begegnen. Vielleicht ein Event oder eine Messe?

#24 Sei immer up to Date

Natürlich ist es wichtig, Inhalte zu posten, die nicht zwei Jahre alt sind und vom Inhalt her gar nicht mehr passen. Wenn es in deinem Fachgebiet Neuigkeiten gibt, ist es natürlich gut, wenn du sie als einer der Ersten an deine Follower weitergeben kannst.

Häufig gibt es auch eine saisonale Anlässe, die du teilen kannst. Wenn du z. B. ein Koch - Influencer bist, könntest du an Weihnachten natürlich andere Gerichte posten als im Frühling.

#25 Veröffentliche regelmäßig neue Beiträge

Wenn deine Fans eine feste Struktur darin erkennen, was du für Inhalte veröffentlichst und wann, werden sie sich schon im Vorfeld auf neuen Content freuen und warten, dass du etwas veröffentlichst.

Fast jeder bekannte Influencer hat bestimmte Veröffentlichungstage. Das kommunizieren sie auch offen mit ihren Fans. Es ist für dich gleichzeitig eine sehr gute Möglichkeit, am Ball zu bleiben und sich an Termine zu halten.

Wenn du nur selten oder unregelmäßig etwas postest, liegt für viele Leute zu viel Zeit dazwischen und sie kommen nicht mehr wieder, denn sie denken "ach, da passiert doch sowieso nichts auf diesem Kanal." Wenn sie aber genau wissen, dass jeden Mittwoch um soundsoviel Uhr dein neuer Inhalt gepostet wird, werden treue Anhänger da sein und warten, was du heute vorhast.

#26 Sei offen für Kritik

Auf Kritik arrogant und hochnäsig zu reagieren, hat schon viele Influencer unzählige Follower gekostet. Wenn du z. B. kritisiert wirst, weil deine Rechtschreibung nicht perfekt ist, wirst du dich wahrscheinlich im ersten Moment sehr darüber ärgern und versucht sein, etwas nicht so Nettos zu antworten. **Richtig wäre eine Antwort wie: "Vielen Dank, dass du mich darauf aufmerksam gemacht hast, ich arbeite daran!"**

#27 Recherchiere täglich neue Themen

In einigen Nischen ist es wichtiger, in anderen weniger: Als Influencer gehört es dazu, auf dem neuesten Stand zu sein. Du bist als Influencer schließlich ein Trendsetter und Vorreiter!

Es gibt ein sehr einfaches System, um neue Inhalte zu finden:

Schreibe alle Blogs / Influencer auf, die du für neue Inhalte verfolgen möchtest. Du kannst dich für diesen Zweck z.B. für ein kostenloses [Feedly](#)-Konto anmelden und die RSS-Feeds von allen Blogs sammeln. Feedly ist ein Reader für Blogs und Inhalte aus dem Netz. Du kannst alle Blogs und Seiten dort sammeln, die dich interessieren. Und bei jedem neuen Beitrag wirst du sofort informiert.

Checke dann täglich dein Feedly-Konto. So bist du immer bestens vorbereitet, wenn neue Inhalte auftauchen, die gepinnt werden können.

#28 Erstelle einen Redaktionsplan

Hast du schon einen Redaktionskalender? Die kleinen Helfer machen das Leben eines Influencers viel einfacher: Sie halten dich auf dem Laufenden, ermöglichen einen Überblick über den Inhalt und bereiten dich zuverlässig auf die Recherche, das Schreiben und Fotografieren vor. Du kannst einfach eine Excel - Tabelle zu diesem Zweck nutzen, wo du für jedes Netzwerk deine Posts planst, z.B. einmal pro Woche.

7 Tipps, um einen guten Redaktionsplan zu erstellen:

1) Plane in verschiedenen Spalten Bilder, Inhalte, was du recherchieren musst, wann du veröffentlichen möchtest und auf welchem Netzwerk. Auf Instagram könntest du auch zwischen Stories und Beiträgen unterscheiden.

2) Willst du Ortsangaben verwenden?

3) Was musst du noch erledigen, um den Post zu erstellen? Canva? Filter? Wasserzeichen? Recherche? Quellensuche?

4) Wer ist deine Zielgruppe für den Post? Die Antwort ist nicht "jeder", das haben wir ja schon unter #4 "Finde deine Zielgruppe" besprochen.

5) Entscheide, wie oft du posten möchtest und trage dir feste Zeiten in deinen neuen Kalender ein. Das hilft auch, sich zu motivieren.

6) Jede Nische ist anders. Es gibt bessere und schlechtere Zeiten zu posten, es hängt davon ab, wann deine Fans und Anhänger online sind. Behalte den Überblick über die Zeit und passe dich den Gewohnheiten deines Publikums an.

7) Achte auf saisonale Gegebenheiten und plane deine Beiträge dazu schon lange vorher.

Um deinen Redaktionskalender zu einem automatischen Post Prozess umzuwandeln, lies einfach weiter!

#29 Posts planen und automatisch veröffentlichen

Es gibt verschiedene Tools, mit denen du deine Beiträge planen und automatisch posten kannst. So sparst du dir Arbeit und kannst besser planen. Das ist vor allem dann vorteilhaft, wenn du dich für mehrere soziale Netzwerke entschieden hast! Hier sind zwei Beispielprogramme:

#29.1 Hootsuite

Dieses Tool ist dazu da, deine Beiträge zu planen und zu einer von dir festgelegten Zeit automatisch zu veröffentlichen. Du kannst damit gleichzeitig auf Facebook, Instagram, Twitter oder LinkedIn posten. Auf der ganzen Welt nutzen mehr als 10 Millionen Menschen den Dienst. Es gibt verschiedene Versionen und du kannst es entweder als Privatperson oder als Unternehmer nutzen.

Im "Free Account" Paket (gratis) kannst du 3 soziale Profile anlegen. Der Pro- und Business Account, der vor allem für Unternehmen und Firmen gedacht ist, kostet 7,90 € pro Monat. Du kannst den Dienst erst einmal 30 Tage lang gratis testen. **Hier kannst du dann 50 Accounts für deine Social Media Profile anlegen und insgesamt können 10 Menschen mit verschiedenen Benutzerkonten dort Posts planen.**

Im ersten Schritt legst du dir deine Profile an. Du siehst auf der Grafik rechts oben den Reiter "add Social Network". Dort trägst du deine Daten für das entsprechende Netzwerk ein. Danach kannst du deine Posts planen und entweder gleich automatisch posten oder eine Uhrzeit einstellen, wann gepostet werden soll.

Ich empfehle dir, wenn du nun Interesse an Hootsuite bekommen hast, diesen Blogbeitrag, dort wird alles ganz einfach und ausführlich erklärt.

#29.2 Buffer

[Buffer](#) ist eine leicht zu bedienende App für Anfänger und Fortgeschrittene. du kannst damit, genau wie mit Hootsuite, Beiträge planen und automatisch veröffentlichen. Bis zu 10 Accounts und auch eine Facebook Seite können angelegt werden. Aktuell gibt es folgende Pakete:

Buffer individual – kostenlos

Der kostenfreie Account ist für viele Zwecke mehr als genug, Er unterstützt Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn und Instagram. In dieser Version gibt es einen Account pro Netzwerk. Für Influencer Zwecke ist das meistens völlig ausreichend. Bereits in der Gratisversion gibt es viele Integrationsmöglichkeiten. Buffer stellt Browsererweiterungen zur Verfügung. Diese machen es zum Kinderspiel, Inhalte aus dem Netz in seinen Social Media Kanälen zu verteilen. Auch Apps für iOS und Android sind kostenlos nutzbar.

Buffer Individual (Awesome)

Dieser Plan bietet mehr Flexibilität. 10 beliebige Social Accounts sind möglich. Im Awesome Account sind beispielsweise 5 Facebook Seiten und 5 Twitter Accounts planbar. Angenehm zur Übersicht ist auch die Kalenderdarstellung der eingeplanten Beiträge. Dieses Paket kostet 10€ im Monat.

Buffer Team & Agencies (Small, Medium, Large)

Diese Buffer-Pläne richten sich an Teams oder Agenturen. Wesentliche Unterschiede zu den günstigeren Paketen sind wiederum bei den verwalteten Social Accounts zu finden. Bis zu 150 Accounts sind im größten Plan verwaltbar. **Das Vergnügen kostet dann allerdings auch 99 US\$ bis 399 US\$ / Monat**

Vor allem für Firmen, die im Kundenauftrag arbeiten, sind die Analysemöglichkeiten der Team & Agency Version hilfreich: Buffer zeigt bei jedem Beitrag an, welche Wirkung er in den sozialen Netzwerken hatte.

#30 Sharing is Caring - Inhalte von anderen teilen

Wir sind alle mit dem Satz "Sharing is caring" vertraut, oder? Abgesehen von dem Reim kommt es bei dieser Mentalität, die jeder Influencer verinnerlichen sollte, darauf an, etwas Gutes von anderen zu teilen und großzügig zu sein. Viele Menschen macht es glücklich, wenn jemand etwas von ihnen teilt, dich vielleicht auch. Das Teilen funktioniert in beide Richtungen: Der "Teiler" ist glücklich, weil er sehen kann, dass jemand von seiner Aktion profitiert und der "Begünstigte" ist ebenfalls happy, weil jemand seinen Inhalt für so gut befunden hat, dass er ihn teilen wollte! Eine echte Win Win Situation also!

#31 Anderen folgen und Kommentare hinterlassen

Wenn du ein bekannter Influencer werden willst, reicht es nicht, nur deine eigenen Inhalte zu teilen. Es geht um Interaktion, denn du befindest dich in den sozialen Netzwerken. Deswegen gilt es, auch anderen Menschen zu folgen und ihnen Kommentare zu hinterlassen. Abgesehen davon, dass das in jedem sozialen Netzwerk zum guten Ton gehört, baust du damit auch deine Follower aus, vor allem, wenn du Accounts folgst und bei ihnen kommentierst, die bereits eine große Anhängerschaft haben: Die Menschen sehen deinen Kommentar, finden ihn interessant und schauen bei dir vorbei.

#32 Daten auswerten - messe deinen Erfolg

Was sind deine leistungsstärksten Tweets? Um wie viel Uhr haben deine Instagram Posts die höchste Interaktion? Wirkt deine Facebook - Marketingstrategie? Bringt sie dir Traffic und Leads?

Wenn du keine Social-Media-Analyse Tools verwendest, wirst du diese Fragen wahrscheinlich nicht beantworten können.

Mittlerweile wissen die meisten Influencer um die Notwendigkeit von Tools, um ihre Bemühungen zu messen. Die Anzahl der Tools, die zur Analyse deiner Bemühungen zur Verfügung stehen, ist sprunghaft angestiegen. Das liegt daran, dass Social Media Influencer immer beliebter werden und so die Nachfrage steigt. Ab einem gewissen Punkt kannst du wahrscheinlich alle wichtigen Social-Media-Analyse-Tools da draußen benennen. Doch momentan stehst du wahrscheinlich noch am Anfang, denn sonst würdest du dieses Buch wohl nicht lesen. Deswegen stelle ich dir hier ein paar Tools vor, mit denen du deine Erfolge messen kannst.

1. Sprout Social

Mit den Social Media Analytics von [Sprout](#) kannst du die Erfolge deiner Beiträge auf Facebook, Twitter, Instagram, Google+ und LinkedIn auf einer einzigen Plattform messen. Wenn du alle deine Analysen an einem Ort hast, kannst du deine Bemühungen viel leichter verfolgen und vergleichen. **Das Tool ist allerdings nicht gerade günstig: Es kostet nach einer 30 tägigen Probezeit knapp 100€.**

2. Buzzsumo

Anstatt die individuelle Social-Media-Leistung deiner Marke zu analysieren, prüft [Buzzsumo](#), wie sich die Inhalte deiner Webseite in den sozialen Medien "verhalten". Wenn du beispielsweise sehen möchtest, wie viele Shares dein letzter Blogpost auf Facebook und Twitter erhalten hat, kann Buzzsumo dir diese Daten zur Verfügung stellen.

Social Media ist einer der wichtigsten Wege, Inhalte zu verbreiten. Es ist also wichtig, zu verstehen, was bei deinem Publikum am meisten ankommt. Buzzsumo zeigt dir nicht nur die Anzahl der geteilten Inhalte an, es zeigt dir auch, welche Art von Inhalt in jedem Netzwerk am besten funktioniert, basierend auf Länge, Typ, Veröffentlichungsdatum und mehr. Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest and Instagram werden aktuell unterstützt.

Auch hier musst du tief in die Tasche greifen, um dir das Tool zulegen zu können: Der günstigste Preis startet bei 99€ im Monat.

3. Google Analytics

[Google Analytics](#) (GA) ist zwar rein technisch gesehen kein "Social-Media-Analyse-Tool", aber es ist eine der besten Methoden, um Social-Media-Kampagnen nachzuverfolgen. Du hast wahrscheinlich bereits eine GA - Einrichtung auf deiner Webseite (wenn du eine angelegt hast), um deinen Datenverkehr zu überwachen und zu analysieren. Aber wusstest du, dass du speziell auf Social Media-Tracking zugreifen und Berichte erstellen kannst?

Zum Beispiel kannst du sehen, wie viel Traffic von jedem einzelnen sozialen Netzwerk auf deine Website kommt, oder UTM-Parameter verwenden, um bestimmte Social Media-Kampagnen zu verfolgen. UTM-Parameter heißt: Klickt ein Nutzer auf einen Link, der mit UTM-Parameter getrackt ist, wird seine Handlung in Google Analytics erfasst. So kannst du zielgerichtet alle Klicks auf deine Social Media Accounts analysieren. Du findest so nicht nur heraus, wie viele Besucher über welche Links auf deine Seite gekommen sind, sondern auch, ob sie z.B. in einem Newsletter lieber auf einen Bild- oder Textlink klicken.

Google Analytics ist kostenlos.

4. ShortStack

Hast du schon einmal einen Wettbewerb in den sozialen Medien durchgeführt? Falls ja: Hast du dir auch die Zeit genommen zu analysieren, wie der Wettbewerb gelaufen ist? [ShortStack](#) ist eine Social Media App speziell für solche Wettbewerbe, die auch eine Leistungsanalyse bietet. Indem du die Ergebnisse deines Wettbewerbs mit einem Tool wie ShortStack analysierst, kannst du die Interaktionen deiner Follower nachvollziehen.

Es gibt aktuell 4 Pakete zwischen 29€ und 499€ pro Monat.

#33 Monetarisierung - wie wirst du auch finanziell erfolgreich?

Nun möchtest du bestimmt auch erfahren, wie du als Influencer finanziell erfolgreich wirst. Ich habe dir im letzten Teil dieses Buches deswegen die besten Wege zusammengefasst,

wie du deinen einflussreichen Status nutzen könntest, um vom Influencer sein auch deine Miete bezahlen zu können.

Führende Marken wissen z.B., dass gerade Mikro - Influencer äußerst profitabel sind, mit ihnen zu arbeiten verspricht einen größeren Kundenstamm. Das ist der Grund, weshalb Influencer-Marketing in den letzten Jahren explodiert ist.

Für viele ist ihr Influencer Status zur Vollzeitbeschäftigung geworden. Oft besteht die Tätigkeit aus verschiedenen Tätigkeiten:

- Erschaffen von Inhalten
- Engagement für die Follower
- Fotografie
- Design
- öffentliches Sprechen
- Verhandlungen mit Kooperationspartnern

Um dieser Vollzeitbeschäftigung nachzukommen, brauchst du natürlich Geld, welches du sonst durch einen normalen Job verdienen würdest. Beachte jedoch, dass es in den meisten Ländern Richtlinien gibt, wenn du Geld verdienst. sobald du gewerblich tätig wirst, musst du ein Kleingewerbe anmelden.

Wie Social-Media-Influencer ihre Fähigkeiten, ihr Know-how und ihren Einfluss einsetzen können, um aus verschiedenen Einnahmequellen Geld zu machen, erfährst du jetzt:

#34 Such dir deine Werbepartner - Sponsored Posts

Während Markenbotschafter in der Regel langfristige Partnerschaften eingehen, sind gesponserte Social-Media-Beiträge eher ein kurzfristiger Ansatz, um die Bekanntheit einer Marke zu steigern. Dies ist bei Weitem der häufigste Weg für Influencer, Geld zu verdienen, besonders wenn sie noch am Anfang stehen.

Ein gesponserter Social-Media-Post? Was ist das genau? So nennt man es, wenn eine Firma einen Influencer einstellt, um Inhalte über ihre Marke zu erstellen (es könnte z.B. ein oder mehrere Post(s) sein) und diese dann mit seinen Followern teilt. Es gibt viele Formen von gesponserten Social-Media-Posts, z.B.:

- Gemeinsame Nutzung von markeneigenem Content,
- Entwicklung einzigartiger Bilder,

- Werben für ein neues Produkt
- Einführung einer neuen Marke oder
- Bekanntmachung in einem neuen Zielmarkt.

Auf dieselbe Weise können Influencer ihre Blogs und Webseiten monetarisieren und dort Markeninhalte erstellen. Blogs sind großartig, weil sie langlebiger und nachhaltiger als die sozialen Netzwerke sind und es Influencern ermöglichen, detailliertere Informationen mit ihrer Community zu teilen, als es über soziale Medien möglich ist, z.B. detaillierte Produktbewertungen.

Es ist allerdings wichtig, zu beachten, dass nicht alle Blog - Inhalte gesponsert sind - ein guter Influencer stellt seinen Abonnenten eine Mischung aus organischen (werbefreien) Inhalten und Marken-Kooperationen zur Verfügung. Denke auch immer an die Authentizität. Wenn Influencer für Marken arbeiten, mit denen sie sich in Wahrheit gar nicht identifizieren können, nur weil Geld im Spiel ist, kann das ihre Glaubwürdigkeit und die Beziehung zu ihrem Publikum stark beeinträchtigen. Gesponserte Blog-Posts müssen auch bei finanziellen Anreizen wirklich gut passen!

#35 Affiliate Marketing

Affiliate Marketing ist oft etwas passiver als die meisten anderen Formen von Werbepartnerschaften. Wenn du als Affiliate tätig wirst, funktioniert das folgendermaßen: Affiliate Marketing beschreibt die Kooperation zweier Partner. Diese Beiden werden "Affiliate" und "Merchant" genannt. Der Affiliate ist dabei der Influencer. Er fungiert als Schnittstelle zwischen den Händlern (Merchants) und potenziellen Kunden. Der Influencer wirbt auf seiner Webseite oder in den sozialen Medien mit einem Link oder Banner für den Merchant. Wenn jemand den Link anklickt, um das Produkt zu kaufen, erhält er eine Provision.

Affiliate-Links können überall dort gepostet werden, wo Links erlaubt sind, allerdings sollten sich Influencer über die Regeln der jeweiligen Plattform informieren.

Verfügbare Plattformen sind z.B.

- Instagram
- Facebook
- YouTube
- Twitter
- Google+
- Pinterest
- Blogs

Die Höhe der Provisionen ist von Produkt zu Produkt verschieden. Normalerweise werden Affiliates und Merchants durch Affiliate Plattformen wie affilinet verbunden. Dort kann man sich unter unzähligen Programmen eins aussuchen.

#36 Trinkgelder, Spenden und Schenken

Einige Einnahmequellen sind direkter. Plattformen wie [Twitch](#) und Super Chat (innerhalb von YouTube Live) ermöglichen es Benutzern, Künstlern finanziell unter die Arme zu greifen. Viele Blogs haben auch Optionen eingebaut, die den Benutzern die Möglichkeit geben, variable Summen zu spenden.

Diese Form des Einkommens ist wahrscheinlich nicht für jeden etwas, aber es stellt bei vielen Followern eine reelle Möglichkeit dar, sich von seinen Fans finanziell unterstützen zu lassen.

#37 Patreon und Crowdfunding

[Patreon](#) ist eine eigene Plattform, die es den Fans ermöglicht, ihre Lieblingsinfluencer mit regelmäßigen Beträgen zu unterstützen. Sie sind spezialisiert auf Künstler wie Podcaster, Zeichner, Schriftsteller und Fotografen.

Wenn du dich dort anmeldest, können deine Follower und Gönner dir monatlich oder nur für ein bestimmtes Projekt Beiträge zukommen lassen und deine Arbeit so unterstützen.

Mit Patreon haben unzählige Influencer und Internetunternehmer bereits Projekte verwirklicht.

Crowdfunding ist generell eine gute Idee, wenn du Startkapital brauchst und dich gerade selbständig machst.

#38 Traditionelle Werbeauftritte

Mit zunehmender Popularität werden Influencer für Firmen zu wertvollen Werbepartnern. Sie üben Anziehungskraft als Persönlichkeiten und Prominente aus, nicht "nur" als Social

Media Accounts. Große Influencer können sogar in Fernsehwerbung oder auf Werbetafeln erscheinen.

Ähnlich wie traditionelle (und in einigen Fällen sogar noch wirkungsvoller, wenn es um die Kommunikation mit einem jüngeren Publikum geht!), haben Influencer die Macht, für Unternehmen als Werbepartner sehr begehrt zu werden. Es gibt ganze Guides im Internet zu dem Thema, wie Firmen einen bestimmten Influencer für sich gewinnen können.

#39 Individuelle Geschäftsmodelle

Erfolgreiche Einflussnehmer könnten auch Geld verdienen, indem sie ihre eigenen Unternehmen, Waren, Apps und mehr gründen. Dabei ist es ganz klar von Vorteil, wenn du schon meinen Tipp mit dem eigenen Blog beherzigt hast. Kayla Itsines nutzte z.B. ihr Social Media Fitness Imperium, um ihre "Bikini Body Training Company" zu gründen, schrieb mehrere Ebooks und entwarf eine Fitness-App namens [Sweat With Kayla](#).

Andere Influencer wie Tyler Oakley, Joey Graceffa und Grace Helbig haben ebenfalls Bücher geschrieben, in Filmen und Fernsehshows gespielt und Merchandise - Produkte eingeführt.

Besonders versierte Influencer nutzen ihr "soziales Kapital", das sie durch die sorgfältige Pflege von treuen Anhängern angesammelt haben, um in anderen Bereichen, die ihnen am Herzen liegen, Einfluss zu nehmen.

Bei den individuellen Geschäftsmodellen hast du wieder einen klaren Vorteil, wenn du eine eigene Webseite betreibst. Ich weiß, ich komme auf diesen Punkt oft zurück, aber er bietet wirklich viele Vorteile. Du kannst eigene Produkte viel leichter und effizienter auf deiner Webseite vermarkten, als in den sozialen Medien.

Nachwort

Du bist alle Schritte durchgegangen und hast wahrscheinlich schon deine ersten Erfolge gefeiert. Es ist nun wichtig, immer am Ball zu bleiben. Du hast eine Strategie und einen Plan entwickelt, doch du solltest immer offen für Neues bleiben und mit der Zeit mitgehen. Manchmal postest du etwas, was du selbst gar nicht so bedeutend findest - und dafür feiern deine Follower genau diesen Post. Dann geh mit und gib ihnen mehr von dem Content, den sie so mögen.

Mit der Zeit wirst du von selbst beginnen, deine Strategie zu verfeinern und immer wieder den aktuellen Umständen anzupassen. Solange du authentisch bleibst und nicht abhebst, werden deine treuen Follower dich auf diesem Weg begleiten.

Lass nicht den Kopf hängen, wenn du mal ein paar Fans wieder verlierst. Du kannst es nicht jedem recht machen - und das sollte auch gar nicht dein Ziel sein! Du schreibst und postest für deine Zielgruppe - und nicht für jeden.

Ich hoffe, dir mit diesem Ebook einen Leitfaden an die Hand gegeben zu haben, der dir wirklich helfen konnte. Wenn du noch Fragen oder Anregungen zum Inhalt hast, stehe ich dir gerne zur Verfügung.

Alles Gute bei Deiner Karriere wünscht Max Tanner

Rechtliche Hinweise

Dieses Werk ist durch das Urheberrecht geschützt. Zuwiderhandlungen werden straf- und zivilrechtlich verfolgt. Ohne schriftliche Genehmigung des Autors ist jegliche – auch auszugsweise – Vervielfältigung und Verbreitung nicht gestattet, sei es

- in gedruckter Form,
- durch fotomechanische Verfahren,
- auf Bild- und Tonträgern,
- auf Datenträgern aller Art.

Außer für den Eigengebrauch ist untersagt: das elektronische Speichern, insbesondere in Datenbanken, und das Verfügbarmachen für die Öffentlichkeit zum individuellen Abruf, zur Wiedergabe auf Bildschirmen und zum Ausdruck beim jeweiligen Nutzer. Dies schließt auch Pod-Cast, Videostream usw. ein. Das Übersetzen in andere Sprachen ist ebenfalls vorbehalten.

Die Informationen in diesem Werk spiegeln die Sicht des Autors aufgrund eigener Erfahrungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Bitte beachten Sie, dass sich gerade im Internet die Bedingungen ändern können.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ermittelt. Trotzdem kann von Autor und Verlag keine Haftung übernommen werden, da (Wirtschafts-) Daten in dieser schnelllebigen Zeit ständig Veränderungen ausgesetzt sind. Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass sämtliche Anbieter für ihre Angebote selbst verantwortlich sind. Eine Haftung für fremde Angebote ist ausgeschlossen. Gegebenenfalls ist eine Beratung bei einem Anwalt, Wirtschafts- oder Steuerberater angeraten.

© Copyright:

Max Tanner

www.wepmarketing2000.com