

FRÅGOR ATT STÄLLA FÖR ATT SKAPA EN BRA INFLUENCERMARKNADSFÖRINGSKAMPANJ

Det är viktigt att göra en så tydlig brief som möjligt för att underlätta samarbetet med en eller flera influencers. Ju mer specifik information som kan delas desto bättre förutsättningar blir det för det kommande samarbetet och förväntningarna på det. Nedan är information som bör ingå i briefen.

1 SYFTE OCH MÅL

- Vad vill vi uppnå med kampanjen/samarbetet?
- Vilka förväntningar och KPI:er finns?

2 KAMPANJINNEHÅLL

- Vilken/vilka mediekkanaler ska ingå?
- Vinkel för inlägg?
- Eventuellt erbjudande till läsarna?
- Har kunden specifika önskemål om bilder och/eller vilken typ av bilder influencern ska ta?
- Vilka länkar och # ska användas i kampanjen/samarbetet?
- Övrig information som kunden vill att influencern nämner?
- Antal inlägg

3 OM PRODUKTEN/TJÄNSTEN

- Namn
- Beskrivning av produkten/tjänsten
- Vilken är produkten/tjänstens positionering, vilka konkurrenter finns och vilka konkurrensfördelar har den?

4 MÅLGRUPPEN

- Vem talar varumärket och produkten/tjänsten till?
- Vad vill vi att målgruppen ska tycka/tro om produkten/tjänsten/varumärket?

5 AVTAL

- Kostnad/Budget
- Tidpunkt/er för publicering, vad som ska publiceras (text, bild, video, ljud) och genom vilken/vilka kanaler (Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, Snapchat, Blogg, Podcast, etc.).
- Eventuella garantier kring exklusivitet. Vad kan varumärket förvänta sig för ensamrätt från influencer mellan branscher, plattformar och över tid?
- Eventuella garantier i form av räckvidd och/eller exponering.
- Ägande- och nyttjanderätt till publicerat material samt eventuella begränsningar i tid. Ska separat avtal kontrollera materialrättigheter?
- Kontaktperson
- Tidsplan; produktion, korrändor, kampanjperiod, uppföljning.
- Hur ska samarbetet/kampanjen utvärderas?