

Pressemitteilung, 5. Januar 2018

Erfahrene Unterstützung beim Influencer-Marketing trusted blogs empfiehlt die Zusammenarbeit mit PR-Agenturen

Bremen. Als das Team der Hamburger PR-Agentur redroses communications nach innovativen Optionen für das Marketing ihrer Kunden suchte, entdeckte sie die Blogger-Relations. Durch dieses Instrument können Unternehmen klar umrissene Zielgruppen optimal erreichen. Mit ihrer Erfahrung erhöht die Agentur den Erfolg der Kampagnen.

Micro-Influencer-Marketing gilt als zielgerichtete und effektive Content-Marketing-Strategie. Das Instrument verringert Streuverluste, wie sie in anderen Werbeformen auftreten, durch eine hohe Glaubwürdigkeit der Micro-Influencer und eine enge Verbundenheit mit den Followern. Wer Projekte im Bereich Micro-Influencer-Marketing umsetzen möchte und jedoch über Ablauf und Gestaltung noch unsicher ist, kann sich zur Unterstützung an eine PR-Agentur wenden. Die Plattform trusted blogs hilft mit einer Empfehlungsliste bei der Auswahl eines geeigneten Dienstleisters.

„Klassische Werbeformen wie Anzeigen oder TV-Spots verlieren für die eigentliche Kaufentscheidung immer mehr an Bedeutung. Der Entschluss für ein Produkt oder eine Dienstleistung wird inzwischen vielmehr aufgrund von Empfehlungen getroffen - ausgesprochen zum Beispiel von Bloggern, die auf ihrem jeweiligen Gebiet als Experte gelten“, weiß Katja Derow, Geschäftsführerin bei redroses communications in Hamburg. Micro-Influencer-Marketing sei eine hervorragende Methode, um mit relativ geringem Aufwand an Image und Kundenbindung zu arbeiten.

Um Blog-Kampagnen zu konzipieren und passende Influencer zu finden, sind zeitliche Ressourcen und fachliches Know-how nötig. Die Micro-Influencer-Plattform trusted blogs empfiehlt auf Anfrage professionelle PR- und Marketing-Agenturen, die von der Kampagnen-Konzeption, über das Briefing der Micro-Influencer, bis zum abschließenden Reporting alle Services übernehmen. „Wir sehen uns als Berater und Unterstützer von Unternehmen und Bloggern, bieten aber selbst keine umfassenden Agentur-Dienstleistungen an“, erklärt Eduard Andrae, Geschäftsführer von trusted blogs, „daher empfehlen wir unseren Kunden gern passende PR- und



trusted blogs GmbH
Ansprechpartner:
Nicolas Scheidtweiler
Mobil: +49 151 27506385

Konsul-Smidt-Straße 24
28217 Bremen
Fon +49 421 460460 80

presse@trusted-blogs.com
www.trusted-blogs.com

Marketing-Agenturen, die Projekte im Influencer-Marketing fachlich fundiert und qualifiziert umsetzt. So erhalten die Unternehmen in jedem Fall einen erfahrenen Partner an ihre Seite.“



redroses communications hat bereits für erfolgreiche Micro-Influencer-Kampagnen mit trusted blogs zusammengearbeitet. „Häufig sehen sich Unternehmen nicht in der Lage, Projekte in diesem Bereich selbst abzuwickeln. Hier unterstützen wir gern. Wir entwerfen eine Story, die über den Blog erzählt werden soll, übernehmen die Recherche und Auswahl der Blogger und die anschließende Evaluation. Insbesondere bei der Auswahl der Influencer und für das Reporting ist uns die Plattform trusted blogs eine große Hilfe“, erläutert Katja Derow. Die PR-Fachfrau weiß um die Bedeutung von Authentizität und Relevanz der kooperierenden Blogs und bemüht sich, für jeden Kunden eine maßgeschneiderte Lösung zu entwickeln.

trusted blogs GmbH
Ansprechpartner:
Nicolas Scheidtweiler
Mobil: +49 151 27506385

Konsul-Smidt-Straße 24
28217 Bremen
Fon +49 421 460460 80

presse@trusted-blogs.com
www.trusted-blogs.com

Unternehmen, die Projekte mit Micro-Influencern umsetzen möchten und dafür Unterstützung benötigen, können sich für eine Agentur-Empfehlung an trusted blogs wenden. PR- und Marketing-Agenturen, die in die Empfehlungsliste aufgenommen werden wollen, steht das Team von trusted blogs ebenfalls zur Verfügung.

Über trusted blogs:

Eduard Andrae, Blogger und Social-Media-Experte, hatte 2014 die Idee zu trusted blogs. Gemeinsam mit Rüdiger Schmidt und der Bremer team neusta GmbH gründete er die trusted blogs GmbH. Basis der Plattform bildet ein Blog-Magazin mit über 500.000 Beiträgen aus mehr als 4.000 Blogs. Agenturen können mit Hilfe eines selbst entwickelten Kampagnentools diese Daten nutzen, um Micro-Influencer für Marketing-Kooperationen per Mausclick zu ermitteln und direkt anzusprechen. Weitere Informationen unter www.trusted-blogs.com.

Über redroses communications:

Katja Derow gründete 2006 die Agentur mit Unternehmenssitz in Hamburg. Der Schwerpunkt der Agentur liegt in den Bereichen Content und integrierte Kommunikation für internationale Kunden aus dem B2B- und B2C-Bereich. Seit 2012 ist das Unternehmen Mitveranstalter der Hamburg Cruise Days, dem größten Kreuzfahrt-Festival der Welt. Weitere Informationen unter www.redroses-pr.com.