

Influencer Marketing als Marketingmaßnahme anhand eines praktischen Beispiels am Kids Concept Store Emil & Greta

Heutzutage ist die Gesellschaft immer mehr auf Sozialen Netzwerken unterwegs. Gerade die jüngeren Generationen lassen sich von sogenannten Influencer beeinflussen und zu einem Kauf anstecken. In den letzten Jahren hat man diese Art von Marketing noch eher kritisch betrachtet, da man der ganzen Sache nicht zu 100 Prozent vertraut hat, denn auch ein Influencer hat irgendwann für Kooperationen Geld verlangt. Wofür also Budget investieren, wenn sich die Kampagne am Ende nicht auszahlt? Jedoch folgen immer mehr Unternehmen, zum größten Teils Start-Ups, dem Trend Influencer Marketing als Werbemaßnahme anzuwenden, denn die Bedeutung eines Influencer und auch den Einfluss den dieser hat, ist stark gewachsen.

Auch der Kids Concept Store Emil & Greta hat, als stationäres Einzelhandelsgeschäft, in der Vergangenheit einige Kooperationen mit Influencer gehabt. Jedoch haben sie nicht immer die besten Erfahrungen mit diesen Kooperationen gemacht. Ob dies an der falschen Wahl des Influencer oder an der Marketing-Kampagne lag, konnte man nicht feststellen

Das Ziel meiner Betriebswitarbeit war, eine erfolgreiche Implementierung einer Influencer Marketingkampagne anhand eines praktischen Beispiels bei Emil & Greta durchzuführen.

Der Leser kann am Ende, im Fazit, zweierlei Reflexionen und Ausblicke in die Zukunft lesen. Einmal für den Kids Concept Store Emil & Greta, ob dieser weiterhin diese Art von Marketing nutzen wird und dann noch für die Allgemeinheit, ob Influencer Marketing zukünftig eine stark wachsende und wichtige Marketingstrategie für Unternehmen sein wird.