Nieuwe tool koppelt influencers aan merken

14-06-2016 09:54

Om in te spelen op de trend van influencers, is de Influencer Ad gelanceerd. Deze interactieve banner is in te zetten bij onlinemarketing en presenteert in een oogopslag diverse positieve reviews van bloggers over een product of merk.

Dit biedt consumenten de mogelijkheid door te klikken en zich goed te oriënteren voordat ze een aankoop doen. Hot Pink Media ontwikkelde de toepassing, omdat bloggers en influencers steeds meer als expert beschouwd worden en daardoor een grote rol spelen in het aankoopproces van de consument. de eerste campagne met de Influencer Ad is van start gegaan in samenwerking met Philips en mediabureau Carat.

De Influencer Ad-banner bevat vier afbeeldingen van influencers die het merk of product hebben gereviewd. Zo zien consumenten in één oogopslag welke bloggers, vloggers en andere influencers zich daarover positief uit hebben gelaten. De klant kiest zelf op welke kanalen uit het portfolio hij de banner wil plaatsen. Met één klik belandt de lezer op de bijbehorende advertorial, het blog of vlog of een ander relevant social-mediakanaal.

"Hoe kun je als merk online jouw doelgroep het beste bereiken?, licht Janine van Tulder van Hot Pink Media toe, "naast de reguliere advertisingopties wordt native advertising steeds belangrijker. Merken willen met eigen content hun verhaal vertellen, omdat ze merken dat dit werkt. Bedrijven die hier nog geen gebruik van maken, laten een belangrijke marketing tool liggen, die juist zo effectief werkt in de online-orientatiefase van de consument."