

Plattform-Checkliste für Dein Blogmarketing



Hier könnt Ihr Euch anmelden und Kooperationen/Aufträge abstauben. Zum einfachen Abhaken. Los geht's :

| | |
|---|---|
| Blogvertising | http://www.blogvertising.de |
| Bloggerjobs | http://www.bloggerjobs.de/ |
| Ebay Kleinanzeigen 😊 | https://www.ebay-kleinanzeigen.de/s-blogger-gesucht/k0 |
| Twago – Projekte finden | https://www.twago.de |
| Seeding Up | https://www.seedingup.de |
| Dot Gruppe | https://dot-gruppe.com/ |
| Perfomics | https://www.performics.de/ |
| Suxeedo | https://suxeedo.de/ |
| Collabary | https://app.collabary.com/signup/content-creator |
| Tubevertise | https://tubevertise.de/product-placement/youtube/ |
| Reach Hero | https://www.reachhero.de/ |
| Media Kraft | https://www.mediakraft.de/#home |
| Divimove | https://www.divimove.com/ |
| Studio71 | https://www.studio71.com/de/ |
| The Circle | https://thecircle.com/influencer/ |
| Influence Fire | https://influencefire.de/ |
| Netpoint Media | https://www.netpoint-media.de/produkte/influencer-marketing |
| Channel Buzz | https://www.channelbuzz.de/ |
| Blogfoster | https://www.blogfoster.com/blogger-influencer/ |
| Addfame | https://addfame.com/influencer/ |
| Fab4Media | http://influencer.fab4media.de/ |
| Hubert Burda Media | https://www.burda.com/de/news/?tag=influencer |
| Brandnew | http://brandnew.io/influencers/ |
| Textbroker | https://www.textbroker.de/autoren |
| We love to share | http://www.welovetoshare.de/ |
| B00st.me | https://b00st.me/fuer-influencer/ |
| Immer mehr Adressen und Links : im VIP | -Onlinezugang auf https://www.blogbesucher.com folgen! |

Ich selbst nutze diese Liste – und ich gebe sie nicht jedem weiter! Erste Schritte jedoch, bevor Du Dich in Influencer-Netzwerken anmeldest:

Es gibt eine Vielzahl an Dingen, die du beachten musst, bevor du dich bei einem Influencer-Network meldest. Ich habe sie Dir hier einmal kurz zusammen gefasst liebes Bloggerherz...

- Es geht natürlich um deinen Instagram-Account und/oder Deinen Blog & Deine Aktivität in den sozialen Netzwerken. Habe deshalb ein Media-Kit für Deinen möglichen, neuen Partner, damit er Dich einschätzen kann. Mache es der Agentur leichter.
- Die meisten Agenturen nehmen Instagrammer erst in ihr Netzwerk auf, wenn diese mehr als 1.000 Follower haben (also auch bereits Micro-Influencer). Nur so ist eine relativ große Reichweite der Posts garantiert und die Produkte, die vermarktet werden sollen, kommen an den richtigen Kunden.
- Dein Instagram-Account sollte also schon Interessenten und Follower aufweisen können, bevor du dich in einem Netzwerk anmeldest. Baue zuerst Deine kleine, aber feine, echte Community auf. Erst dann wirst Du interessant. Du kannst das Pferd nicht von hinten aufsatteln 😊
- Außerdem solltest du dir überlegen, was du dir von einem Influencer-Network überhaupt erhoffst.
- Willst du einfach und schnell Produkte abstauben und Unternehmen kennenlernen?
- Hast Du es lieber, wenn „Vermittler“ Dir Vorschläge machen- sowohl was die Auswahl der Kunden angeht, als auch bei den Posts und allem was dazu gehört? Oder schreibst Du den/die Kunden lieber direkt und eigenständig ohne Plattformen an?
- Diese Dinge solltest du vorab mit dir selbst klären. Nur so kannst du das richtige Netzwerk und damit Kooperationspartner, die zu Dir passen, für Dich finden.

Weitere Infos und noch mehr Adressen, die Dich extrem weiterbringen mit allen Schritt für Schritt-Anleitungen, Learnings wie Du was wie richtig machst, findest Du in meinem Buch **1MIO Bloggertipps**:

https://www.amazon.de/MIO-Bloggertipps-Einfach-Mehrwert-erfolgreichere/dp/3746961475/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1535702210&sr=8-1&keywords=1mio+bloggertipps

Und am besten noch mit dem dazugehörigen VIP-Zugang, wo Du **immer und lebenslang** mein neuestes Fachwissen bekommst auf www.blogbesucher.com

Fazit: Wie sieht er also aus, der/die ideale Influencerin? Hier die Antwort:

DER IDEALE INFLUENCER





Zeige Dein Blogger





EXPERTENTUM

Zumeist haben sich Influencer über jahrelange Aktivität einen Expertenstatus auf ihrem Fachgebiet aufgebaut. Das steigert wiederum ihre Glaubwürdigkeit und verleiht Aussagen, wie zum Beispiel Produktempfehlungen, zusätzliches Gewicht.

IDENTIFIKATION

Nutzer, die einem Influencer regelmäßig folgen, empfinden Sympathie und Verbundenheit diesem gegenüber. Beides basiert auf gemeinsamen Ansichten und Werten. Damit ist der passende Influencer ein Stück weit auch der ideale Kunde.

TRENDLEADER

Mit den von ihnen geteilten Inhalten und Themen bewegen sich Influencer am Puls der Zeit. Sie greifen aktuelle Entwicklungen in ihrem Interessengebiet auf, bevor diese in der Mitte der Szene ankommen. Damit beeinflussen sie außerdem, welche aufkeimenden Trends sich etablieren.

UNIQUENESS

Die Inhalte, die ein Influencer mit seiner Community teilt, sind einzigartig in Gestaltung und Inhalt. Jeder Influencer hat einen eigenen Stil, der sich in seinen Texten, Bildern und Videos ausdrückt.

MEINUNGSMACHER

Influencer haben Einfluss auf die Meinung ihrer Community. Ihre Empfehlungen helfen den Followern bei der Entscheidungsfindung, weil sie objektiv erscheinen. Influencer dringen mit Markenbotschaften zum Nutzer durch, wo es die Marke selbst nicht schafft.

MediaKit haben!



www.bloggerinterview.com

www.blogbesucher.com

Vielen Dank für Deine Aufmerksamkeit! Und nun viel Spaß beim umsetzen!

Mit Bloggerherz-Grüßen, Dein Christian Gera