27 INFLUENCER MARKETING TERMER DU BÖR HA KOLL PÅ!

INFLUENCER MARKETING ORDBOK

2019 // AV PROAD SWEDEN AB

INFLUENCER MARKETING TERMER

1.#Hashtag – Samlat innehåll under en så kallat hashtag. Används med fördel strategiskt i dina influencer marketing kampanjer på olika sociala medier plattformar. En hashtag kategoriserar ditt innehåll och gör det sökbart för andra användare av plattformen.

2. Adlink – Adlink är en reklamlänk där influencern får pengar när någon klickar på (betalning per klick) eller genomför ett köp via länken. Adlinks visar att det i inlägget finns en länk till en produkt eller tjänst.

3. Always on – Konstant närvaro under året med relevant innehåll i kanaler där konsumenterna finns, istället för att satsa på ett fåtal stora marknadsföringskampanjer per år.

4. Ambassadörskap – En ambassadör är traditionellt en representant eller förespråkare för ett varumärke, produkt, specifik aktivitet eller service, oftast över en längre tid än några enstaka kampanjer. När du överväger att börja arbeta med en eller flera ambassadörer är det viktigt att definiera alla förväntningar och hur kompensationen ska se ut. Många gånger leder ett ambassadörskap även till att influencern syns i övrig kommunikation och reklam som varumärket gör utanför influencers kanaler. Det vill säga, både i deras egna kanaler och mot tredje part.

5. Annonsmärkning – Som annonsör har du ansvar för att den marknadsföring du utför är korrekt utmärkt. Annonsmärkningen ska, i enlighet med marknadsföringslagen, ske direkt och ha en tydlig avsändare. Följande uttryck kan användas:AnnonsReklamAnnonssamarbeteReklamsamarbeteDetta är ord som Konsumentverket anger i sin Vägledning om marknadsföring i bloggar och andra sociala medier, s 7.

6. Associationsvärde – Att associeras med en influencers varumärke betyder att hens värderingar och förtroende överförs på dig som annonsör, ett väldigt kostnadseffektivt sätt att bygga goodwill.

7. Audience insights – Information och detaljer om målgruppen såsom t.ex. ålder, intressen, särskilda beteenden och köpvilja.

8. Content kalender – En content kalender är ett dokument, excel-ark, mobilapp eller en webbplats där du kan planera alla dina blogg- och sociala medier inlägg. En content kalender hjälper dig att forma och hålla företagets tone-of-voice, samt att hålla koll på alla olika inlägg över alla era aktiva kanaler. Allt du gör på sociala medier och andra kanaler speglar ditt varumärke – desto bättre organiserat, desto lättare är det att skapa lyckade resultat (och minimera stress).

9. CPA (Cost-per-Acqusition) – Kostnad per konvertering. Exempelvis, om du sponsrar ett inlägg på Instagram för 1000 kronor, och det ger dig 100 kunder, blir CPA:n 10 kronor. (1000kr/100=10kr)

10. CPE (Cost-per-engagement) – Kostnad per engagerad person. En summa du som annonsör betalar varje gång någon integrerar med din annons.

11. CPM (cost-per-mille) – Kostnad per 1000 visningar

12. CTA (Call-to-Action) – En CTA söker din uppmärksamhet och är en uppmaning till nästa steg. En CTA används överallt. Allt från Instagramtexter till epostmeddelanden och olika former av annonser. Du känner säkert igen “Boka nu!”, “Följ länken i min bio för mer info!”, “Registrera dig idag!”, “Läs mer!” osv. Beroende på hur avtalet med en influencer ser ut, kan en CTA bestämmas i förväg om företaget önskar för att driva målgruppstrafiken till en specifik produkt eller webbplats.

13. CTR (Click-through-rate) – Eller klickfrekvens som det heter på svenska, innebär antalet gånger någon klickar på en länk eller någon form av knapp som leder vidare till något annat på sociala medier eller online. Det redovisas alltid i procent. Exempelvis om du marknadsför en produkt på Instagram och din CTA uppmanar till att “Köp här”, baseras din CTR på hur många som klickar på den länken/knappen. På Instagram Stories mäter du t ex hur många som väljer att “swipa upp”. Ekvationen för en CTR ser ut som följer: antalet klick / antalet visningar = CTR. Vilket innebär att om din annons har visats 100 gånger och 1 har klickat, så blir din CTR 1%.

14. Demographics – Vart målgruppen finns geografiskt sätt, baserat på land och stad.

15. Engagement – Likes+comments/followers*100 = %16. Exponeringar (Impressions) – Antalet gånger ditt innehåll visats.

17. Följare (Followers) – Antalet följare på en kanal, t.ex. Instagram

18. Influencer – Även kallat påverkare, innehållsskapare, opinionsbildare eller varumärkesambassadör. En influencer innebär en person som uttalar sig i sociala medier och andra kanaler för att påverka attityder och handlingar hos läsare och följare med samma intressen. En person som själv är avsändare av sina kanaler och har en följarskara som är större än bara "vänner". En influencer påverkar och engagerar sina följare över tid.

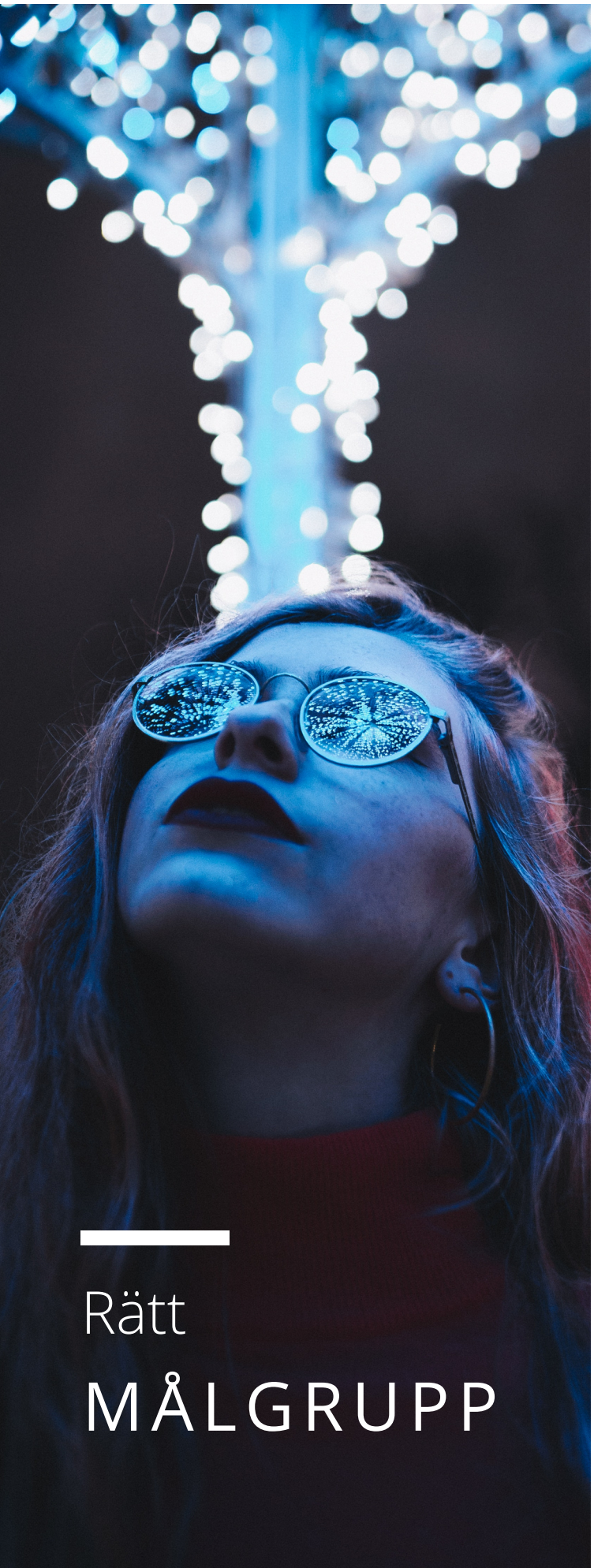
19. Interaktion – Totala antalet interaktioner med ett inlägg (gilla, kommentera, dela, spara)

20. Kampanj – Kampanjer är organiserade marknadsföringsinsatser som arbetar mot ett enda mål.
En influencer marketing kampanj har ett syfte, exempelvis att belysa en produktlansering, samt ett mål om att exempelvis öka produktkännedomen, försäljningen och/eller att bli top-of-mind. Det kan finnas flera influencers som arbetar tillsammans med en kampanj på olika sätt. Det kan också innebära att influencern sprider informationen i sina sociala kanler, som en del av en större kampanj.

21. Konvertering – En konvertering sker när en följare eller besökare tar en önskad action, såsom signar upp sig för ett nyhetsmail, bokar in ett demo-möte eller handlar en produkt på din webbplats. Man kan med fördel dela in sina olika konverteringar
i Macro- och Micro konverteringar. Makro konverteringar är de stora konverteringarna som exempelvis ett genomfört köp. Micro konverteringar kan bestå av en delning av ett inlägg på Facebook eller att en besökare fyller i ett formulär på webbplatsen.

22. KPI (Key performance indicator) – Nyckeltal som är mätbara, med en bestämd tidsperiod. 23. Link building – Att be influencers i sina respektive kanaler skapa inlänkningar till en webbplats för att öka dess synlighet i sökmotorer (SEO). Kanaler så som en blogg, Youtube eller liknande.

24. Link in bio – En förkortning många influencers använder i sina inlägg på Instagram för att leda trafiken från sitt inlägg till önskad landningssida och webbplats. Kort sagt – "Se länk i profilen".



25. Mentions – Utnämnelse på en plattform av ett varumärke eller konto. Kan även kallas shout out.

26. Micro-influencer – 10 000 följare > 100 000 följare (Instagram)

27. Räckvidd – Räckvidd innebär hur många registrerade konton som ser eller kan potentiellt se ditt inlägg. Räckvidd på Instagram kan exempelvis innebära antalet följare influencern har eller visningar av ett inlägg. Organisk räckvidd innebär antalet personer du kan nå utan att marknadsföra innehållet.

VILL DU TA REDA PÅ MER OM INFLUENCER MARKETING?

KONTAKTA OSS SÅ HJÄLPER VI DIG!

- INFO@PROAD.SE
- FACEBOOK:PROAD SWEDEN
- LINKEDIN:PROAD SWEDEN
- BLOGG: PROAD.SE/NYHETER

PROAD, NORRAVALLGATAN 66, 211 22, MALMÖ