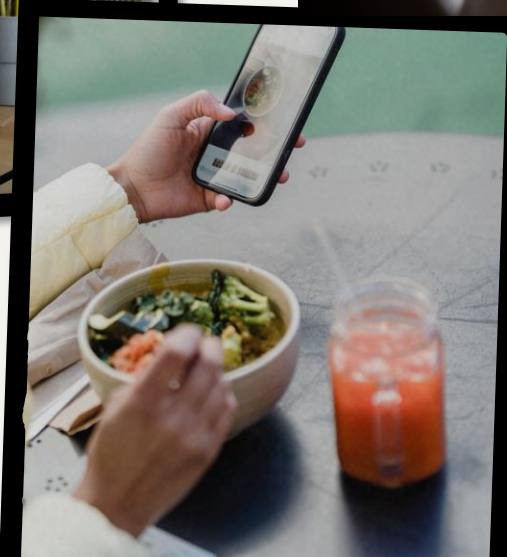


**Influencers:
Πραγματικοί
επηρεαστές
γνώμης ή μια
socialmedia-κή
φούσκα;**





Τι είναι το *Influence Marketing*

Τι είναι ο influencer;

Κάθε πρόσωπο που δραστηριοποιείται σε οποιαδήποτε διαδικτυακή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το **Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube κ.α.** με μεγάλο αριθμό ακολούθων και παράγει περιεχόμενο προκαλώντας επιρροή στο κοινό που το ακολουθεί. Ο influencer είναι επηρεαστής γνώμης.

Τι είναι το Influence Marketing;

Το Influence Marketing είναι μια διαφημιστική στρατηγική καμπάνια που βασίζεται στη συνεργασία ενός brand με influencers, όπου οι influencers χρησιμοποιούν την επιρροή τους για να προωθήσουν προϊόντα, υπηρεσίες ή ιδέες του brand, με διαφορετικό CTA (Call to Action) και KPI (Key Performance Indicator) κάθε φορά.

Σημασία του *Influence Marketing*

- Πράγματι, πολλοί influencers δημιουργούν **ουσιαστική επίδραση** στο κοινό τους και αποδίδουν πίσω τα χρήματα που επενδύει το brand καθώς είναι ένας πιο οικονομικότερος τρόπος για γρήγορο awareness και penetration στην αγορά, **μόνο όμως όταν είναι σωστή η επιλογή του influencer προς το brand.**
- Διείσδυση μέσω της «κλειδαρότρυπας» του influencer στο κοινό του.
- **Μετρήσιμη απόδοση** όταν το KPI είναι με προτροπή για άμεσες πωλήσεις ή επισκεψιμότητα σε site ή leads.



2016-2022

Influencer Marketing Global Market Size



Influencer MarketingHub

Η αυξητική πορεία του Influence Marketing

- Λόγω του Covid-19, αυξήθηκε τα έτη **2020 & 2021**.
- Ορισμένες βιομηχανίες (τουρισμός, αεροπορικές εταιρείες κτλ), αναγκάστηκαν να προβούν σε δραματικές περικοπές ενώ άλλες προσαρμόσαν τα μοντέλα τους για να επιβιώσουν στον κόσμο του Covid.
- Οι άνθρωποι «ξοδεύουν» περισσότερο χρόνο online.
- Οι επιχειρήσεις αναβάθμισαν τις ιστοσελίδες & τα social media για να αντιμετωπίσουν την αυξημένη ζήτηση.

Πηγή: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report-2022>

Το παγκόσμιο μέγεθος της αγοράς του influence marketing έχει διπλασιαστεί από το 2019.

Το 2023, η αγορά εκτιμήθηκε σε ένα ρεκόρ ποσό **21,1 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ**.

Release date: February 2023

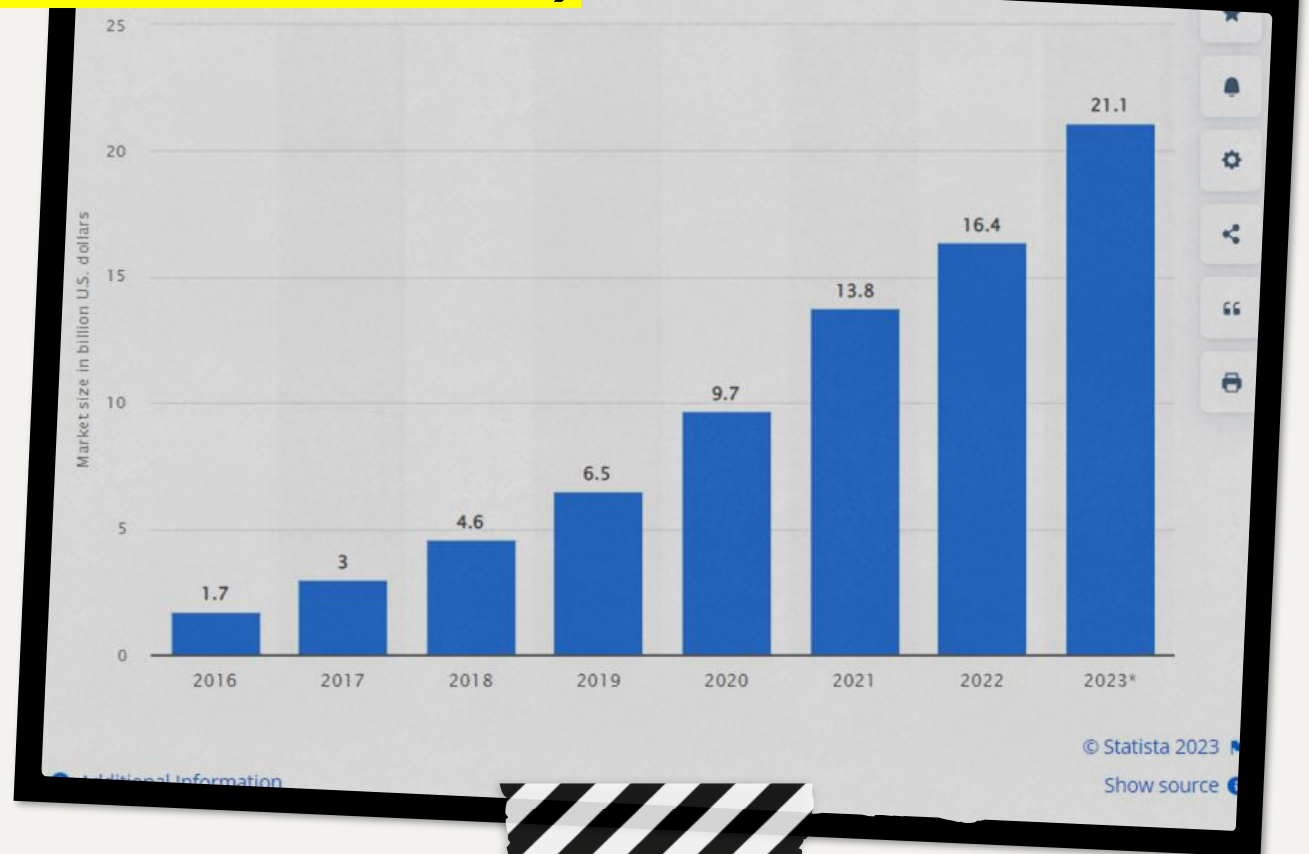
Region: Worldwide

Survey time period: 2016 to 2022

Πηγή:

<https://www.statista.com/statistics/1092819/global-influencer-market-size/>

Influence marketing market size worldwide from 2016 to 2023 (in billion U.S. dollars)



ROI

- Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το influence marketing για δημοσιότητα κερδίζουν \$18 για κάθε δολάριο που επενδύουν (Influence Marketing Hub, 2018).
- Οι περισσότεροι marketers πιστεύουν ότι το influence marketing προσφέρει το υψηλότερο Return on Investment (ROI), ακόμη περισσότερο από τα πιο παραδοσιακά εργαλεία μάρκετινγκ, όπως το SEO, το email marketing, οι κοινωνικές διαφημίσεις και το SEM.
- Μερικοί επικεντρώνονται στην προβολή, το εύρος και τις εντυπώσεις, άλλοι προτιμούν να μετρούν μετρικές όπως η συμμετοχή και τα κλικ. Τελικά, όλα εξαρτώνται από τα αντικείμενα κάθε επιχείρησης.



Κριτήρια Επιλογής

Influencers

39%: nano-influencers (1K-10K) ως τους πιο πιθανούς συνεργάτες τους

30%: micro-influencers (10K-100K)

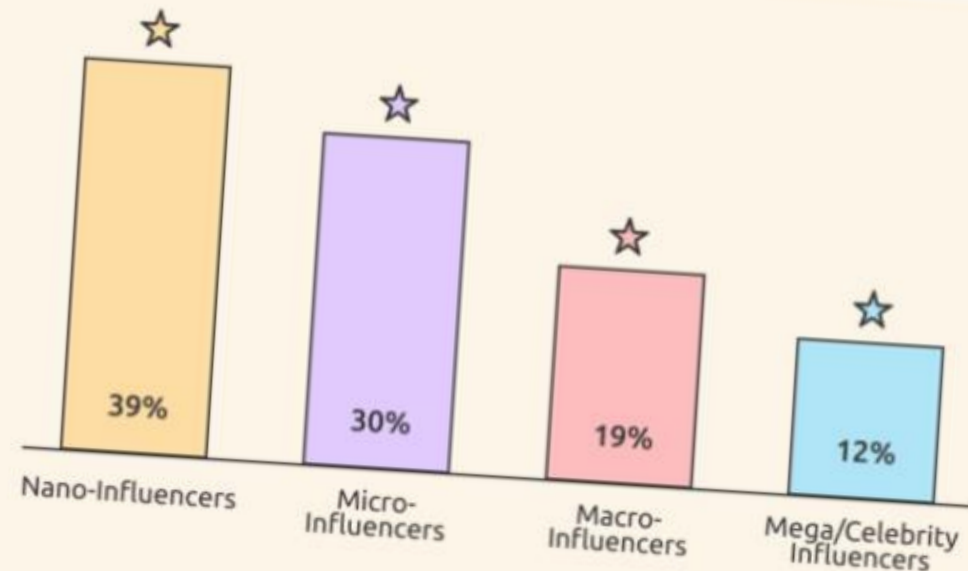
19%: macro-influencers (100K-1M)

12%: mega/celebrity influencers

Αυτό πιθανώς αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα ενός μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων που δεν μπορούν να αντέξουν τα κόστη των macro & mega influencers.

Μπορεί επίσης να αντανακλά το γεγονός ότι οι nano και micro-influencers έχουν πολύ υψηλότερους ρυθμούς συμμετοχής και μπορεί να αποτελούν καλύτερη αξία για τα χρήματα για εταιρείες που θέλουν να φτάσουν ένα συγκεκριμένο αφοσιωμένο κοινό.

Influencer Preferences
What Types Of Influencers Will Your Brand Mostly Utilise In 2023?



Influencer Marketing-Hub

INFLUENCERS

Εμπιστοσύνη και ακεραιότητα:

- Διατηρούμε την **αξιοπιστία** και την **ακεραιότητα** της διαφήμισης σε υψηλό επίπεδο.
- Θα ενημερώνουμε το brand σχετικά με περιεχόμενο ή/και συμπεριφορά που μας εμπλέκουν σήμερα ή μας είχαν εμπλέξει στο παρελθόν σε θέματα που παραβαίνουν ή δεν συνάδουν με τις αξίες του brand, ή θα μπορούσαν να βλάψουν τη φήμη του brand.
- Ποτέ δεν θα αυξήσουμε τεχνητά τον αριθμό των **followers** ή των **engagements** και συναινούμε στη χρήση τεχνολογίας που διερευνά και πιστοποιεί την απάτη (fraud).



Διαφημιζόμενοι & Brands

Πριν την ανάθεση:

- Δεσμευόμαστε να παρέχουμε σαφείς κατευθύνσεις στους influencers και τις εταιρείες που τους εκπροσωπούν/ προωθούν / υλοποιούν influencer καμπάνιες
- Περιγράφουμε με σαφήνεια τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις μας σχετικά με τις πρακτικές και τις συμπεριφορές των influencers στις εταιρείες που τους εκπροσωπούν/προωθούν/υλοποιούν influencer καμπάνιες
- Δεν συνεργαζόμαστε με influencers που επιδιώκουν να αυξήσουν με τεχνητές μεθόδους τους followers τους.
- Υπογράφουμε συμφωνητικό συνεργασίας με αμοιβαία επωφελείς και σαφείς όρους



Κατά τη διάρκεια της συνεργασίας

- Παρέχουμε στους influencers **πλήρη briefs για τα brands** και τα προϊόντα/υπηρεσίες μας
- Επιδιώκουμε μια **διαδικασία συν-δημιουργίας με τους influencers**
- Είμαστε **σαφείς για τους στόχους μας, τα κοινά** και τις παραμέτρους με τις οποίες θα αξιολογήσουμε την **απόδοση της συνεργασίας (KPIs)**.
- Καθορίζουμε με σαφήνεια τι είναι απαραίτητο να γνωστοποιηθεί στον καταναλωτή
- Είμαστε **σαφείς για τους τρόπους** με τους οποίους θα χρησιμοποιείται το περιεχόμενο που παράγεται από τους influencers
- **Αντιλαμβανόμαστε πως οι influencers δεν πρέπει να εμποδίζονται να εκφράσουν την ειλικρινή άποψή τους για ένα brand ή προϊόν.**



ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗΣ/

ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ INFLUENCERS

- Κατανοούμε το **positioning**, την προσέγγιση και τις αξίες τους, έτσι ώστε να τα συνδέουμε με τους κατάλληλους influencers.
- Είμαστε οι θεματοφύλακες των συμφωνιών μεταξύ των **διαφημιζόμενων** και των **influencers** που, ενδεικτικά, περιλαμβάνουν τον συντονισμό των εγκρίσεων, τον χρονισμό των υπηρεσιών και την πληρωμή/εξόφληση των τιμολογίων.
- **Αναγνωρίζουμε την ευθύνη που φέρουμε κι εμείς για τους influencers** που εκπροσωπούμε/προωθούμε/ χρησιμοποιούμε στις καμπάνιες που υλοποιούμε και υποσχόμαστε **να προστατεύουμε τόσο αυτούς όσο και τα brands**.
- **Συνεργαζόμαστε με τους influencers για να διασφαλίζουμε πως παρέχουν τις υπηρεσίες και τα παραδοτέα** έτσι όπως περιγράφονται στις συμβάσεις τους.

Το περιεχόμενό μας

- Συνεργαζόμαστε **επικοινωνητικά** με τα brands για το **brief** ενός έργου
- Ακολουθούμε τις **σχετικές οδηγίες** που μας έχουν δοθεί από το **brand**
- Τηρούμε τις **διαδικασίες προ-έγκρισης** που έχει θέσει το brand για το περιεχόμενο και την ανάρτησή του.
- **Ισορροπία στην αυθεντικότητα**, αποφεύγοντας υλικά που έχουν παραχθεί από τρίτους, όπως εικόνες, λογότυπα, brands, μουσική, σύμβολα κ.λπ.

Ακολουθούμε τους κανόνες

- Τηρούμε όλους τους νόμους της ΕΕ και της Ελλάδας που άπτονται της εμπορικής επικοινωνίας προϊόντων και υπηρεσιών
- Τηρούμε όλους τους κανόνες που προβλέπονται από τον ΕΚΔ-Ε και το ειδικό Παράρτημα για το Influence Marketing.
- Αποφεύγουμε να χρησιμοποιούμε σημαντικά επεξεργασμένες/μη ρεαλιστικές εικόνες, ιδιαίτερα όταν στο κοινό μας περιλαμβάνονται παιδιά και έφηβοι

Απαιτήσεις για Έντιμη Διαφήμιση

- Εάν προβάλλονται επεξεργασμένες εικόνες, να γνωστοποιείται αυτό.
- Η γνωστοποίηση να είναι **άμεση, κατανοητή**, και να χρησιμοποιεί ετικέτες όπως **#επεξεργασμένεςεικόνες**.
- Οι ενδεδειγμένες γνωστοποιήσεις πρέπει να περιλαμβάνονται σε όλες τις διαδικτυακές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.
- Προτεινόμενες ετικέτες: **#επεξεργασμένεςεικόνες, #retouchedimages**.
- Στόχος είναι η προστασία των παιδιών, των εφήβων, και των νέων στο ψηφιακό περιβάλλον.



Χρήση Φίλτρων και Επεξεργασμένων Εικόνων στο *Influence Marketing*

- Οι influencers συχνά χρησιμοποιούν φωτογραφικά φίλτρα και τεχνικές Photoshop στο διαφημιστικό περιεχόμενο.
- Οι επεξεργασμένες εικόνες μπορούν να απομακρύνονται από την πραγματικότητα και να παραπλανούν τους καταναλωτές.
- Η προβολή "τελειότητας" μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την αυτοεκτίμηση και τη ψυχική υγεία, ιδίως σε παιδιά και εφήβους.



Ανταμοιβή

- Η ανταμοιβή του influencer αποτυπώνεται σε διάφορες μορφές, όλες εκφράζουν την αναγνώριση από τον διαφημιζόμενο.
- Καθορίζεται μέσω **επίσημων συμβάσεων**, με χρηματικές πληρωμές ή προσφορά δωρεάν αγαθών και άλλων αμοιβαίων υποχρεώσεων.
- Εκτός από χρηματικές αμοιβές, μπορεί να περιλαμβάνει **δωρεάν ή έκπτωση σε προϊόντα/υπηρεσίες, κωδικούς έκπτωσης, δώρα για followers, δωρεάν ταξίδια, εισιτήρια για εκδηλώσεις, κ.α.**
- Οποιαδήποτε μορφή ανταμοιβής αποτελεί απόδειξη συνεργασίας μεταξύ εταιρείας και influencer, χαρακτηρίζοντας το περιεχόμενο ως Influence Marketing.

Παρουσίαση

κορυφαίων τάσεων

στο Instagram

Αν λάβουμε υπόψη το βασικό κοινό του Instagram, που αποτελείται κυρίως από γυναίκες ηλικίας 25-34 ετών, δεν είναι πραγματικά έκπληξη ότι οι influencers στον τομέα της ομορφιάς θα ήταν δημοφιλείς στην πλατφόρμα.

- Lifestyle
- Beauty
- Music

Πηγή: <https://influencermarketinghub.com/>

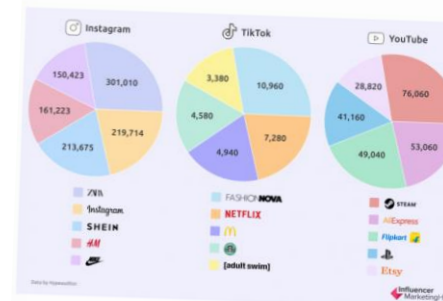
Distribution of Instagram Influencers by Categories

Category	2020	2021
Lifestyle	11.59%	13.80%
Beauty	5.22%	8.56%
Music	6.52%	8.27%
Photography	5.58%	6.64%
Family	4.34%	6.20%
Humor & Fun & Happiness	4.24%	4.91%
Shows	2.93%	4.24%
Modeling	3.28%	3.93%
Cinema & Actors/Actresses	2.28%	3.81%
Fitness & Gym	2.95%	3.27%

Data by Hypeauditor

Influencer MarketingHub

Most Mentioned Brands for 2021



Data by Hypeauditor

Influencer MarketingHub

Ανησυχίες & Προβλήματα



- **Δημοσιότητα ή Επιρροή; (π.χ. Kim Kardashian)**

Άλλο η δημοσιότητα και άλλο η επιρροή.

Το να έχει ένας influencer πολλούς followers δεν σημαίνει ότι επηρεάζει το καταναλωτικό κοινό. Μπορεί να τον ακολουθεί για άλλους λόγους.

- **Ο αριθμός των followers μετριέται;**

Ένα νούμερο δεν είναι ποτέ αρκετό.

Είναι αληθινό; Και αν ναι είναι για τους σωστούς λόγους δημοσιότητας;

- **Οι influencers γίνονται όλο και λιγότερο αξιόπιστοι (π.χ. Υγιεινά γεύματα / αυτοκίνητα / γυμναστήρια)**

Το κοινό δεν πιστεύει ότι οι Influencers όντως πιστεύουν στο προϊόν που διαφημίζουν αλλά όλα γίνονται για την αμοιβή τους.

- **Τα likes and shares δεν σημαίνουν τίποτα**

Τα αυξημένα shares / likes σίγουρα οδηγούν στην αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας, αλλά η αφοσίωση είναι ένα εντελώς διαφορετικό πράγμα.



Η Λύση

Δεν κάνουν όλοι για όλα

- ✓ Σωστή διαφημιστική καμπάνια
- ✓ Σωστή επιλογή του κατάλληλου influencer για το σωστό προϊόν ή υπηρεσία.



THANK YOU

