



PRESSEMITTEILUNG

Brille24 startet Blogger-Offensive mit trusted blogs

Neue Wege im Content-Marketing

Bremen, 2. März 2017 – Sie testen Produkte auf Herz und Nieren, schreiben über ihre Erfahrungen und teilen es mit ihrer Fangemeinde: Blogger. So viel Einfluss sie mittlerweile auf Kaufentscheidung und Meinungsbildung besitzen, so wenig routiniert verhalten sich Unternehmen im Umgang mit ihnen. Brille24, führender Online-Optiker im deutschsprachigen Raum, setzte nun eine Blogger-Kampagne erfolgreich über „trusted blogs“ um – ein Portal, das auf eine neue und einfache Art Blogger zum festen Bestandteil einer Marketingstrategie werden lässt. Hier gibt es einen detaillierten Einblick in Zahlen, Daten, Fakten der Aktion.

„Wie erreiche ich überhaupt die relevanten Personen, die offen für mein Thema und zeitlich verfügbar sind“, fasst Eduard Andrae, Gründer von trusted blogs, die Herausforderung für Unternehmen zusammen und betont die Leistungen seines Angebots: „In den vergangenen Monaten haben sich 3.500 Blogger in unserem Portal angemeldet. Sie alle vereint die Leidenschaft für ein bestimmtes Thema und die Neugier auf dazu passende Inhalte.“ Für Unternehmen interessant: trusted-blogs bietet die Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme mit diesen Bloggern. Ziel: die Umsetzung von Kooperationen – ohne großes Marketingbudget und aufwendige Recherche.

Kampagne mit klarer Sicht

„Uns interessierten die Erfahrungen unserer Nutzer beim Bestellvorgang, bei der Anprobe der Brille zu Hause und mit unserem Service“, beschreibt Pia Oltmanns, Onlinemarketing-Managerin bei www.brille24.de, die Ausgangssituation. „Durch die Blogger-Kampagne erhofften wir uns direktes Feedback.“ In drei einfachen Schritten startete das Unternehmen seine Blogger-Kampagne mithilfe von trusted blogs:

„Erstmal ging es darum, die geplante Kampagne zu beschreiben und die Vergütung für die Blogger zu definieren“, so Oltmanns. Mit wenigen Klicks legt man auf trusted blogs die Zielgruppe fest und bestimmt eine Veröffentlichungsfrist. Das System ermittelt nun automatisch die zu den Vorgaben passenden Blogs, die sich anschließend für eine Teilnahme an dieser Kampagne bewerben können. „Als Auftraggeber kann man beliebig viele Blogs auswählen und dabei anhand von Kennzahlen, Inhalten und Reichweiten entscheiden, mit welchen Bloggern man kooperieren möchte“, sagt Oltmanns. Laufende Kampagnen lassen sich über die Plattform beobachten und problemlos verwalten. „Auch die direkte Kommunikation mit allen Bloggern ist simpel und übersichtlich“, so Oltmanns.



Zahlen, Daten, Fakten

Die Kampagnenanfrage von Brille24 erreichte insgesamt 257 „passende“ Blogger und erhielt innerhalb weniger Tage 51 Bewerbungen. „Wir sind begeistert, wie viele thematisch relevante Blogger wir mit wenigen Klicks und komplett ohne eigene Recherche für unsere Kooperation gewinnen konnten“, hält Oltmanns abschließend fest.

Weiterführende Informationen unter:

www.trusted-blogs.com/unternehmen

Über trusted-blogs:

trusted-blogs verbindet Blogger mit Unternehmen und bietet eine Plattform zur Planung und Durchführung von Kampagnen. Im Unterschied zu anderen Anbietern konzentriert sich das Portal auf Blogger mit Leidenschaft und Passion. trusted-blogs macht aufwendige Recherchen und schwierige Verhandlungen überflüssig. Kooperationen starten bereits nach wenigen Klicks. Gegründet wurde das Unternehmen von Eduard Andrae, Rüdiger Schmidt und der Bremer Unternehmensgruppe team neusta.

Pressekontakt:

neusta communications GmbH

Sebastian Adams

Konsul-Smidt-Straße 24

28217 Bremen

Telefon: +49 421 79 06 91

E-Mail: s.adams@neusta-communications.de