

nonfluencer

**posi+ive
adamsky**

BY HINORA GROUP



nonfluencer

Hogy az influencer kommunikációnak ne csak jelene, hanem jövője is legyen.

nonfluencer

guide és etikai kódex



Influencer



Menedzsmen



Ügynökség



Ügyfél



Influencer



Menedzsmen



Ügynökség



Ügyfél

Meghatározni

Szerepe | Felelősségi köre | Feladata |
Kötelezettsége | Jogos követelése | Jutalma

Guide

Választ találni a kérdésre:
Mire számíthatok, ha...

FAQ

Konkrét problémák, etikus megoldási
javaslatokkal

Influencer

Szerepe

Olyan felhasználói réteg elérése, akit hagyományos csatornákon keresztül nem lehet.

Felelősségi köre kiterjed:

A kampányüzenet megfelelő megjelenítésére a saját csatornáján

Feladata

A kreatív koncepció adaptálása a saját csatorna jellegének megfelelően.

Kötelezettsége

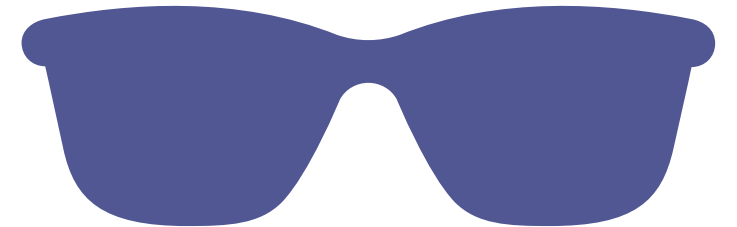
A szerződésben foglalt feltételek betartása és teljesítése.

Jogos igénye

Hogy a megrendelői oldalról megvalósítható, a hitelességét ne csorbító felkérés érkezzen

Jutalma

További megrendelések, hitelesség növelése, követőtábor növekedése



Menedzsment

Szerepe	A teljes influencer kommunikáció motorja, a hiteles közvetítő szerep betöltése.
Felelősségi köre kiterjed:	Az influencer és a megrendelő közti kommunikációra, együttműködésre.
Feladata	A feltételek betartatása, a kommunikációs folyamatok proaktív elősegítése, problémák megoldása.
Kötelezettsége	Az influencer és a megrendelő közti zavartalan kommunikáció és együttműködés biztosítása
Jogos igénye	Hogy ne legyenek megkerülve a folyamatban, és legyen megadva az előre tervezés lehetősége.
Jutalma	További megrendelések, a saját influencer bázis fejlesztése, utánpótlás biztosításának lehetősége



Ügynökség

Szerepe	Egy márka kampánycéljainak kreatív adaptálációja influencer csatornákra.
Felelősségi köre kiterjed:	A kreatív koncepció teljes mértékű célok szerinti megvalósíttatására.
Feladata	A kreatív koncepció kialakítása az ügyfél inputjai alapján, azt pedig adaptálható módon átadni az influencer számára.
Kötelezettsége	A kampány megállapodás szerinti megvalósulásának a biztosítása
Jogos igénye	A kivitelezői oldal felé a szerződés és beletárgyalt részletek betartása, a megrendelői oldal felé a megvalósíthatóság igénye
Jutalma	Ügyfél elégedettség, kedvező viszonyrendszer kialakítása az influencerekkel, kampány sikeressége



Ügyfél

Szerepe

Lehetővé teszi az influencer és a brand közötti együttműködést

Felelősségi köre kiterjed:

A kommunikációs üzenet meghatározására, a stratégiai és taktikai célok kitűzésére

Feladata

Megfelelő inputokkal ellátni a közvetítő szereplőket és az influencert, hogy a brand a legoptimálisabb támogatást kaphassa az együttműködéstől.

Kötelezettsége

Megteremteni az együttműködéshez szükséges háttérrel.

Jogos igénye

Hogy az közvetítő szereplőkkel közösen kialakított kreatív koncepció az elfogadott irányelvek szerint legyen kivitelezve az influencer által

Jutalma

A márka megítélésének és az eladásainak növekvése





guide

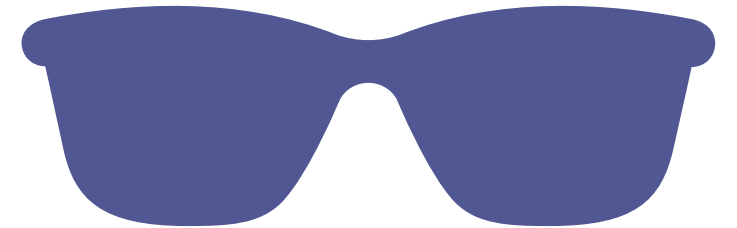
Választ találni a kérdésre:
Mire számíthatok, ha...

Influencerként

arra számíthatok, ha a szolgáltatásaimat felajánlom, hogy...

Lehetőségem nyílik világnézetemet és értékrendemet a követőim felé márkapreferenciákon keresztül is közvetíteni, melyért pénzügyi ellentételezést várhatok el jogosan.

A folyamatban kapcsolatba fogok kerülni olyan piaci szereplőkkel, akiknek részben vagy egészben a feltételei és igényei szerint kell a munkámat végezniem jogilag szabályozott környezetben.



Menedzsmentként

arra számíthatok, ha az influencer kommunikációt motorjaként működök, hogy...

A kommunikációs szakma legturbulensebben változó és legkiszámíthatatlanabb csatornájának biztosításáért leszek felelős, ahol a kiemelkedő siker kulcsa vagy a kudarc lehetősége is az én kezemben van.

A folyamatban megfelelően kell tudnom súlyozni a megrendelői és megbízotti érdekek érvényesülését, és az értékteremtésben az én feladatom a hatékony és gördülékeny munka biztosítása.



Ügynökségként

arra számíthatok, ha influencer kommunikációt javaslok ügyfelemnek, hogy...

Egy olyan kommunikációs csatornát használok fel, ahol az ügyfél számára egy hatékony üzenet és márkatranszfer környezetet tudok biztosítani, de a klasszikus csatornákat nem tudom teljes egészében kiváltani.

A folyamatban, ha koordinátorként szerepet vállalok, tisztában kell lennem az átlagosnál magasabb kockázattal és igyekeznem kell nem összekeverni a stratégiai és taktikai célokat.



Ügyfélként

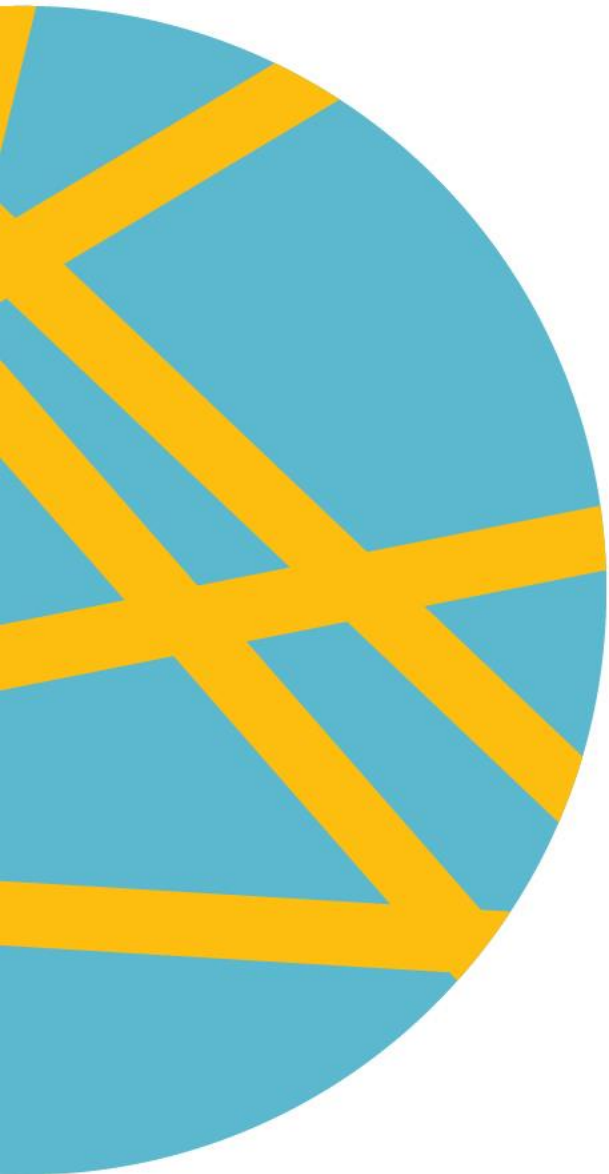
arra számíthatok, ha influencer kommunikációt használok kampányomban, hogy...

Egy olyan kommunikációs csatornát kapok, ahol üzenetemet és márkaértékeimet addicionális, szubjektív attribútumokkal tudom kiegészíteni és azt célzottabban tudom eljuttatni.

A folyamatba az emberi tényezőknek köszönhetően jelentős plusz energiákat kell fektetnem, amelynek során tisztában kell lennem a ténnyel, hogy azon belül akár jelentős változtatásokkal is együtt kell tudnom élni.

Ezért még annak használata előtt döntenem kell a résztvevők szabadságának mértékéről, és kívánt eredmény minimum és maximum szintjéről.





FAQ

Konkrét problémák, etikus megoldási javaslatokkal

Influencer

Mi a legfőbb szempont, amit szem előtt kell tartanom influencerként?

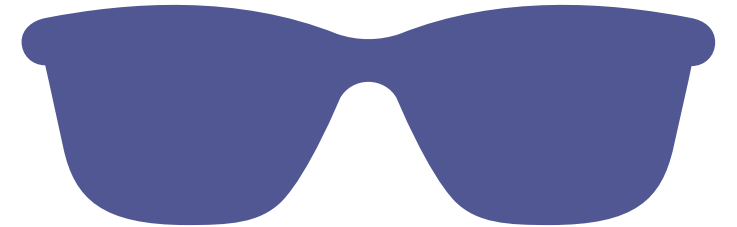
- Egy olyan márka mellé álljak be, amit hitelesen tudok képviselni és tudok vele azonosulni.

Ideális esetben mit biztosít számomra a megbízói oldal a munkám teljesítéséhez?

- Az együttműködés elején kapok egy pontos briefet, határidőkkel tartalmakra vonatkozó elvárásokkal, kötelező elemekkel, üzenetekkel. Ideális esetben lehetőségem is van kipróbálni a terméket, szolgáltatást, valamint tájékoztatást is kapok róla.

Mi történik akkor, ha számomra elfogadható az ajánlat?

- Ha elfogadom az ajánlatot, akkor szerződök a megbízóval. Ideális esetben bevonnak a koncepció kialakításába is, amibe van beleszólási lehetőségem is.



Influencer

Mit tegyek, ha a megbeszéltektől eltérő számú és jellegű tartalmat kérnek tőlem?

- Jelzem az influencerügynökségnek a problémát, de érdeemes lehet ezt rugalmasan kezelnem a jövőbeli együttműködések szempontjából.

Mit tegyek, ha a koncepciót rám akarják erőltetni úgy, hogy nem tudok vele azonosulni?

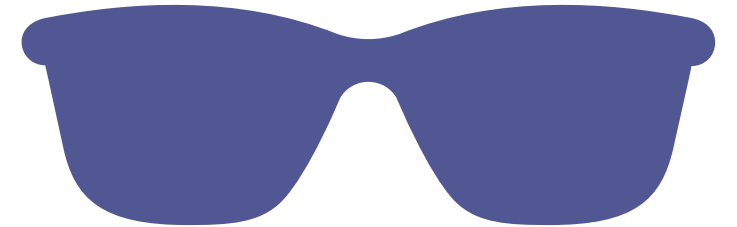
- Mivel én vagyok a megbízott, jogom van nemet mondani ilyen koncepciókra, viszont ezt még a szerződéskötés előtt jelzem mindenképpen mindkét fél számára egyértelműen!

Mi tegyek, ha olyan együttműködésbe szeretnének behúzni, ahol még nincs tisztázva a feladat és a pontos körülmények?

- Addig nem adok árajánlatot, ameddig nem látom a feladat összetettségét. Megkérem a megbízói oldalt, hogy pontosítsanak a briefen.

Mi tegyek, ha olyan emberek mellé kérnek fel, akikkel nem tudok azonosulni?

- Pontos tájékoztatást kérek az influencerügynökségtől, aki megkéri az ügyfelet, hogy ezt az információt biztosítsa nekem.



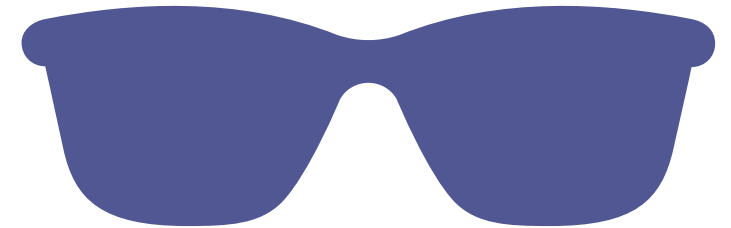
Influencer

Mi a szerepem az együttműködés során, és kihez fordulhatok probléma esetén?

- Előállítom a tartalmat legjobb tudásom szerint, és elküldöm jóváhagyásra. Miután visszaérkezett jóváhagyva, publikálom a hatályos jogi környezetnek megfelelően a megbeszélte csatornáimra. Ha menedzsmentügynökséggel dolgozom, és a tartalomelőkészítés során valami probléma merül fel, akkor azt nekik továbbíthatom, mert ők tartják a kapcsolatot a megbízókkal.

Mi a további teendőm a kampány lezárása után?

- A statisztikai, insight adatokat átadom továbbításra az influencerügynökségnek (a publikációtól számított 1-1.5 héten belül). Miután teljesítettem a szerződésben foglaltakat, kiállítom a számlát a megbízó felé.



Menedzsment

Mi az első lépés, miután a megbízói oldalról megkeresés érkezik hozzám?

- Az ügyféltől megkapom a megbízást és a briefet, feldolgozom, ezután javaslok releváns, az elvárásokhoz illeszkedő influencereket – konkrét influencerstratégiával alátámasztva.

Mi a feladatom az influencer kiválasztása után?

- Miután kiválasztottuk az influencert, átadom a kreatív koncepciót az influencereknek, és megkötjük a szerződést. Ezután, ha van rá igény és lehetőség, eljuttatom a termékeket az influencerhez.

Hogyan lássam el a supervisorri és a közvetítői feladatot a kampány során?

- A kampány során betartatom: a timingot, minőségi elvárásokat, és figyelem, hogy a rajtam keresztül kifutó tartalom briefen legyen. Ha probléma adódik a kreatív koncepciót illetően, akkor konzultálok a kreatív ügynökséggel.



Menedzsment

Mi a feladatom a kampány lezárása után?

- Az ügyfélnek kiküldöm jóváhagyásra az elkészült tartalmakat. A kampány végén összegyűjtöm és összeállítom a statisztikákat.

Mit tegyek, ha nem összeegyeztethető a költség és az ügyfél elvárása?

- Más, a költségbe beleférő, a meghatározott perszónáknak megfelelő influencereket javaslok és alátámasztom azt, hogy ők is megfelelőek a célok elérésére.

Mit tegyek, ha a saját influencerem nem teljesíti a szerződésben foglaltakat?

- Az erőforrások jelentős részét arra fordítom, hogy a fennálló probléma minél hamarabb és hatékonyabban megoldódjon, közben tartom a kapcsolatot a felekkel és folyamatosan update-elem őket a fejleményekről. Ha nem oldódik meg a probléma, akkor kompenzációt ajánlok fel.

Mit tegyek, ha a kreatív ügynökség helytelenül döntött a platformválasztásokról?

- Jelzem nekik, amint megkaptam a kreatívkonceptiót, megindokolom, hogy szerintem miért nem helyes a döntés, és megpróbálok javaslatot adni arra, hogy szerintem hogy lenne helyes, majd közösen megoldást hozunk a problémára.



Ügynökség

Mi az én feladatom a folyamatban?

- Megkapom az ügyféltől a pontos briefet, ami tartalmazza a büdzsét, kpi-okat, célokat, üzeneteket, ami alapján kidolgozom a kreatív koncepciót a megadott csatornákra – köztük influencerekre is – , és adok javaslatot olyan influencer perszónákra, akikkel megvalósítható az elképzelt kampány.

Mi a további szerepem a koncepció elfogadása után?

- Ezután már csak supervisorként maradok ott az együttműködésben.

Mi történik, ha én vagyok közvetítő fél?

- Amennyiben én vagyok a közvetítő fél az megbízó és az influencer között, úgy az influencerügynökség kötelezettségeit is magamra kell vállalnom.

Mi történik, ha nem egy egyszerű influenceregyüttműködésről van szó?

- Ha az influenceregyüttműködés egy nagyobb kampány része, akkor természetesen itt is végig kísérem a folyamatokat, de csak mint a kreatív koncepció megvalósításáért felelős supervisor.



Ügynökség

Mi a feladatom a kampány végeztével?

- Kampány végeztével, ha van rá igény, akkor összeállítjuk a riportot.

Mit tegyek, ha nincsenek tisztázva az influenceregütműködést magába foglaló kampány felelősségi körei?

- Kezdeményezek egy személyes találkozót az influencerügynökséggel/menedzsmenttel még a kampány indulása előtt, ahol megállapodunk a feladatok felosztásáról.

Mit tegyek, ha az ügyfél és az influencerügynökség nem az elképzelésemnek megfelelő influencert választ a kreatív koncepció kivitelezésére?

- Egy részletes indoklást is csatolva visszajelek az ügyfél részére, hogy szerintem miért nem fér bele a kiválasztott influencer a kreatív koncepciónkba. Ha nem sikerül dűlőre jutnunk, akkor újra kell gondolnunk az influencer stratégiát.



Ügyfél

Mi legyen az első lépésem egy influencer együttműködés során?

- A rendelkezésre álló büdzsékeretet felosztom a kampány elemeket illetően. Meghatározom a kommunikációs és marketing célokat (KPI-okat, csatornákat, elérni kívánt célcsoportot) az influencer együttműködést illetően.

Mi a feladatom a kreatív ügynökség felé?

- Átadom a pontos briefet a kreatívügynökségnek, akik kidolgozzák a kreatív koncepciót, javaslatot tesznek az influencer perszónákra, majd visszaküldik nekem elfogadásra.

Hogyan válasszak influencert?

- Az influencerügynökség segítségével (vagy anélkül) kiválasztok olyan büdzsének és kreatív koncepciónak megfelelő influencert, influencereket, akik megfelelőképpen tudják képviselni a márkámat, a márkámnak megfelelő célcsoport felé.



Ügyfél

Mi a feladatom az influencer/influencerügynökség felé?

- Ha sikerül velük megállapodásra jutnunk, és megkötöttük a keretszerződést, elküldöm az influencernek és a influencerügynökségnek a pontos briefet és a kreatív koncepciót, lehetőséget hagyva a kooperációnak.

Hogyan kezeljem a jóváhagyásokat?

- Az influencer által küldött anyagokat a lehető legrövidebb átfutással elfogadom, vagy ha változtatási kérésem van azt egyértelműen kommunikálom az influencer felé.

Mi a teendőm a kampány végeztével?

- A kampány végeztével bekérem az eval adatokat, és megvizsgálom, hogy sikeres volt-e a kampány.



Ügyfél

Mit tegyek, ha az influencer nem teljesíti a szerződésben foglaltakat, vagy kihátrál belőle?

- Megpróbálok az influencerügynökséggel közös megoldást hozni, visszajelzést kérni, hogy mi volt az influencer problémája, és annak megfelelően kompromisszumot hozni. Érdeemes lehet megfontolnom a magasabb ködbér költségek szerződésbe foglalását.

Mit tegyek, ha az influencerügynökség nem közvetít megfelelően köztem és az influencer közt?

- Kezdeményezem a személyes találkozók gyakoriságát, és ha nagyon nem változik a helyzet, akkor account cserét kérek.

Mit tegyek, ha az influencer későn küldik jóváhagyásra az anyagokat, ezért csúszik a saját jóváhagyási folyamatom?

- Belefoglalom a briefbe és a szerződésbe is a konkretizált a jóváhagyási intervallumokat (pl. a tervezett publikálás előtt 2 nappal).

Mit tegyek, ha kiderült, hogy a kiválasztott influencernek van élő szerződése konkurens márkával?

- Kérek új javaslatot az influencerügynökségtől. Fontos ezeket még a kiválasztás előtt leellenőriztetnem, mivel minden esetben az előbb kötött szerződés él.





Nagyon köszönjük!

Az esemény megállapításait és a további javaslatokat elektronikus úton továbbítjuk nektek.