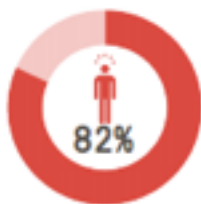


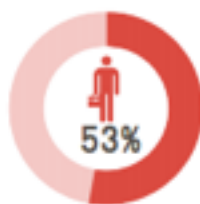
## Panduan menyukseskan Social Influencer Marketing Campaign



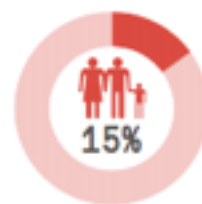
Digital campaign erat kaitannya dengan Influencer. Berdasarkan pengalaman selama ini, peran influencer terhadap campaign amat besar, beberapa di antaranya seperti ini:



Consumers "highly likely" to follow a recommendation made by an influencer



Micro-influencers' recommendations happen at work



Influencers became aware of brands through friends and family

Namun, setiap digital campaign via influencer tidak selalu seperti. Anda tetap perlu mencermati beberapa aspek atau elemen pada proses campaign yaitu:

### Rancang goal campaign supaya tidak sembarang influencer direkrut

Goal campaign akan menjadi pondasi. Digital campaign seringkali membutuhkan para pelaku bisnis. Mereka sering terbuai oleh jumlah viewer, new follower, atau bahkan comment. Padahal, ketiga hal tersebut bisa dimanipulasi dengan sangat mudah.

Penentuan goal akan "menuntut" Anda untuk memilih metrik atau bahkan KPI yang jelas mengenai digital campaign bisnis.

Di sisi lain, peran influencer pun tidak bisa dianggap remeh. Mereka sangat berpengaruh sekali terhadap:

- Content promotion
- Product launch
- Content creation
- Event management
- Corporate communications
- SEO
- Crisis management

Memang, tidak semua hal di atas "dituntaskan" oleh influencer. Apabila hingga hari ini masih kesulitan membuat goal campaign yang tepat, coba cermati ini:



Secara umum, Anda bisa meniru step by step ilustrasi di atas. Namun, lakukan perubahan dari sisi topiknya. Di sini, Anda akan merealisasikan online advertising yang tentunya melibatkan banyak pihak. Beberapa di antaranya: content creator, online reserch, hingga social media officer. Setiap orang harus memiliki tugas yang jelas dan tidak saling beririsan satu dengan yang lain. Penentuan goal campaign memiliki peran

komprehensif terhadap campaign (secara keseluruhan). Oleh sebab itu, jangan pernah mengabaikannya.

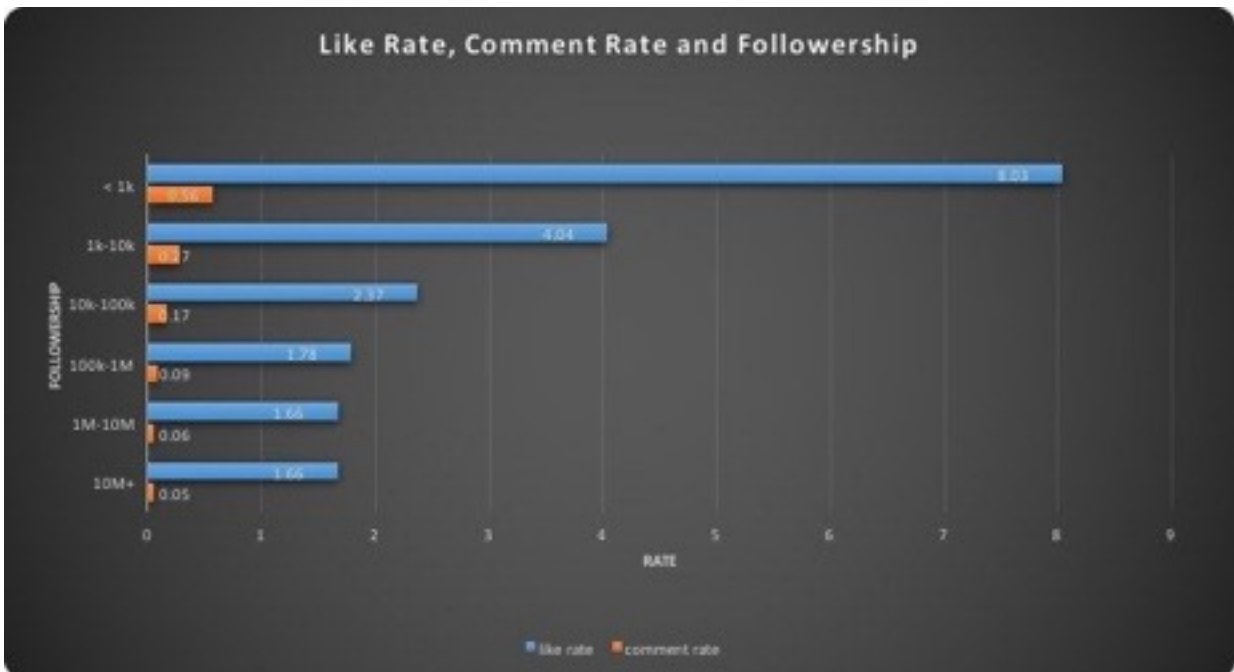
### **Definisikan ideal influencer profile yang relevan dengan konsep campaign**

Setelah goal campaign tercipta, temukan influencer yang ideal. Di sini, Anda harus lebih teliti lagi. Di media sosial, beberapa influencer memiliki kemampuan "ternak follower". Jenis influencer ini tentu tak elok untuk campaign Anda.

Lalu, influencer seperti apa yang ideal untuk digital campaign? Coba perhatikan "five golden rules for potential influencers" ini:

- Have a large and engaged audience
- Relevant to your customers
- Appear to be authentic
- Active on social media and post frequently
- Have a tone and style that match those of your brand

Yap, influencer memiliki peran penting dalam hal distribusi konten pemasaran. Oleh sebab, jumlah follower bukan satu-satunya indikator. Semakin "intim" hubungan antara audience dengan influencer, maka semakin besar peluang kesuksesan campaign digital Anda. Namun, ada sedikit informasi lagi terkait pemilihan influencer yang perlu Anda simak. Lihat ini:



Jumlah follower yang banyak tidak menjamin soal "engagement score-nya". Bahkan idealnya, "the most engaged audiences" dimiliki oleh influencer dengan 10,000 hingga 100,000 follower. Jumlah ini dinyatakan paling ideal karena...

Social ad platform Gnaack, on the other hand, defines everyday social media users with fewer than 10,000 followers as micro-influencers. Their followers usually consist of their friends and family, so their posts are much more trustworthy and engaging.

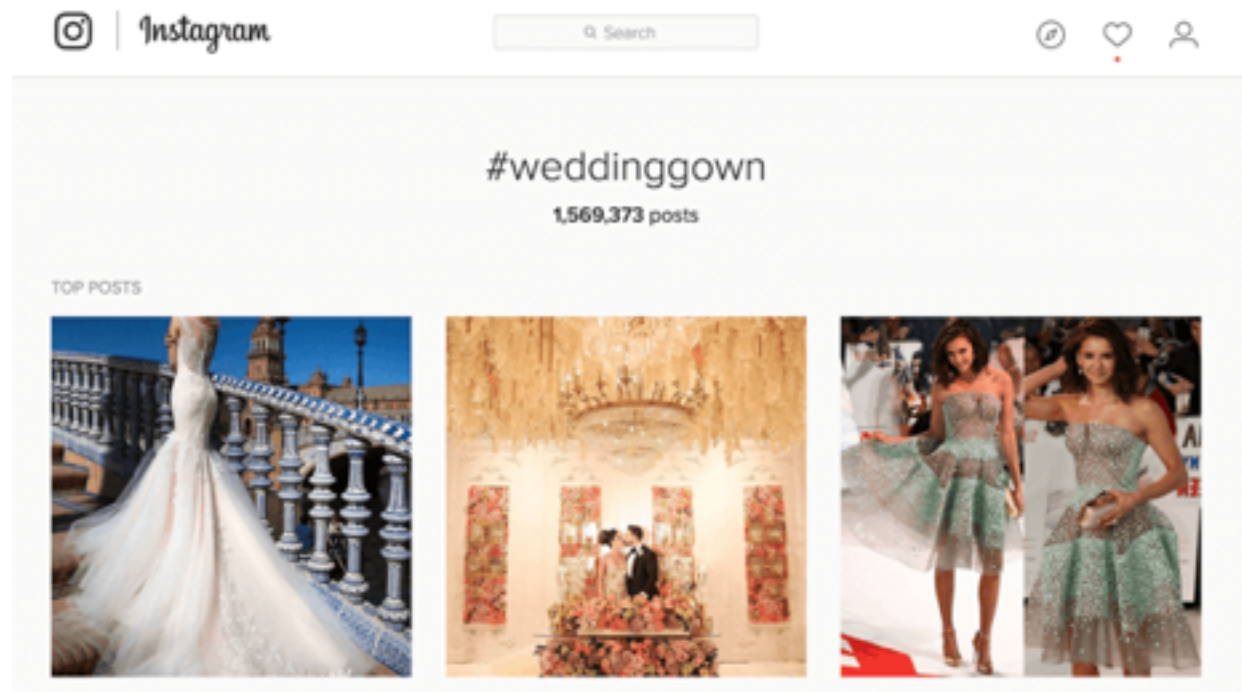
"More than 55 percent of our agency partners have incorporated 'micro-influencers' as a part of their [current] strategy," said Chico Tirado, the company's chief revenue officer. "We've seen some 'micro-influencers' on certain campaigns get up to 25 percent engagement."

As Instagram recently changed its algorithm to favor quality content, Gnaack's CEO Chris Gonzalez predicted that posts from "micro-influencers" will become more visible on the platform. After all, content from friends and family members is often prioritized by any social network.

"We see micro-influencers get an average of two-to-five times more organic engagement per Instagram post, compared to those with more than 100,000 followers," said Gonzalez. "Their content will be organically performing better on the platform due to the inherent superior engagement."

## Temukan influencer "paling" potensial di segmennya

Proses menemukan influencer pun tidak mudah. Setelah mengetahui influencer mana yang ideal, lanjutkan bagaimana menemukan mereka. Salah satunya dengan memakai hashtag.



Penjelasan lengkap mengenai hal ini akan saya bahas di artikel selanjutnya. Sebelumnya, saya pun sudah menulis soal bagaimana menganalisa kinerja influencer (<http://bisnisbisnis.id/2017/09/17/social-media-analytics-panduan-analisa-pencapaian-influencer-marketing-campaign/>). Anda bisa menyimak artikel tersebut sembari menunggu artikel saya selanjutnya.

Kembali soal cara menemukan influencer paling potensial. Makna dari "potensial" ini menyesuaikan dengan kebutuhan campaign Anda. Oleh sebab itu, Anda perlu lebih teliti pada proses pemilihan ini.

Source:

<https://www.pexels.com/>

<https://digiday.com/marketing/micro-influencers/>

<https://www.socialmediaexaminer.com/6-steps-to-successful-social-influencer-marketing-campaign/>

