

Nach Italien, den Niederlanden und Belgien erweitern Inflead und andzup ihre Partnerschaft nun auch in Deutschland



Durch die Implementierung der Brand-Analyse-Funktion wird Inflead seine Daten direkt in die andzup-Plattform integrieren. Dies umfasst insbesondere die Cost per Engagement (CPE), den Earned Media Value, Leistungsgrafiken und die Klassifizierung der Profile, die an den verschiedenen Kampagnen beteiligt sind.

07. Mai 2024 - **Inflead**, die hello-Plattform für Influencer-Marketing-Intelligenz die Marken, Agenturen und Medienagenturen bei der Verwaltung und Optimierung von Influencer-Marketingaktivitäten und -investitionen unterstützt sowie wichtige Trends in sozialen Medien strategisch analysiert, gibt heute ihre neue Partnerschaft mit andzup bekannt, der Datenplattform der TBS Group, **die für Vertriebs- und Marketingteams von Unternehmen im Werbemarkt konzipiert ist**, um sie bei ihren **Lead-Generierungsstrategien** zu unterstützen, indem alle erforderlichen Informationen bereitgestellt werden, um ihre Vertriebsaktivitäten noch effektiver zu gestalten.

Dank der Implementierung der **Markenanalyse**, einem Bereich der Plattform, der Teil von DataLab ist (spezialisiert auf Trendanalysen, Branchen, Szenarien und Wettbewerber), wird Inflead nun wertvolle Daten für die Aktivitäten von andzup-Benutzern bereitstellen, indem sie direkt in die Plattform integriert werden. **Die Analysen stehen in einem dedizierten Bereich zur Verfügung, in dem Kunden von andzup relevante Informationen zu den Investitionen und Influencer-Marketingaktivitäten der Marke erhalten können.**

Auf der anderen Seite wird **Inflead** Zugang zu den Daten von andzup auf europäischer Ebene haben, in allen Ländern, in denen die TBS-Gruppe präsent ist (**Italien, Frankreich, Deutschland, Belgien, Niederlande, Spanien**), und seine Markendatenbank erweitern können, um immer spezifischere und detailliertere Analysen der Influencer-Marketingaktivitäten von Unternehmen und ihrer Präsenz in sozialen Netzwerken bereitzustellen.



“In andzup haben wir eine gemeinsame Vision gefunden, die auf Transparenz, Innovation und einem datengesteuerten Ansatz basiert. Wir sind überzeugt, dass dies erst der Anfang einer erfolgreichen Zusammenarbeit ist, die durch die Nutzung von Synergien und Ergänzungen einen bedeutenden Mehrwert für unsere Kunden schaffen wird“, sagt Giovanni Spinelli, CEO & Mitbegründer von Inflead.

“Wir freuen uns besonders darauf, diese strategische Partnerschaft mit Inflead im Bereich Influencer-Marketing-Überwachung in Deutschland zu starten“, sagt Coline Büschgens, Country Manager Deutschland.

Diese Zusammenarbeit eröffnet bedeutendes Wachstumspotenzial und ermöglicht es uns, gemeinsam neue Horizonte zu erkunden, während wir unseren jeweiligen Kunden einen unbestreitbaren Mehrwert bieten.

Die von Inflead an andzup gelieferten Daten werden umfassen:

- **Anzahl der gesponserten Beiträge** in Zusammenarbeit mit einem Influencer, der in der Datenbank von Inflead vorhanden ist;
- Anzahl der **aktivierten Influencer für gesponserte Aktivitäten**, die in der Datenbank von Inflead vorhanden sind;
- **Earned Media Value**, der den Wert der verdienten Medien repräsentiert, der aus dem mit Influencern gesponserten Inhalt der Marke berechnet wird. Das heißt, die Summe des Earned Media Value, der aus dem mit Influencern gesponserten Inhalt der Marke berechnet wird, der die Kosten ausdrückt, die erforderlich sind, um eine äquivalente Anzahl von ähnlichen Benutzern in Bezug auf Interessen und Alter zu erreichen wie diejenigen, die durch Sponsoring in sozialen Medien erreicht werden;
- Eine **Schätzung** des von der Marke für die **verfolgten Influencer-Marketingaktivitäten bereitgestellten Budgets**.
- Der **Cost per Engagement (CPE)** bezeichnet die durchschnittlichen Kosten für die Marke, um eine spezifische Interaktion oder Engagement des Benutzers auf dem in Zusammenarbeit mit den Influencern veröffentlichten Inhalt zu erhalten;
- Das **Engagement** bezeichnet die Gesamtzahl der Interaktionen, die von den von der Marke engagierten Influencern auf gesponserten Inhalten erzielt wurden.
- Das **Performance**-Diagramm stellt den zeitlichen Trend der Reichweite, der Impressionen, der Likes und der Kommentare dar, die von den von der Marke engagierten Influencern auf gesponserten Inhalten erzielt wurden.
- Die prozentuale Verteilung der Arten von Medienformaten, die von den von der Marke engagierten **Influencern für Sponsoring-Aktivitäten** veröffentlicht wurden;
- Die Verteilung zwischen den verschiedenen Kategorien der Zugehörigkeit der Profile, die für die **Aktivitäten der Marke** engagiert wurden;
- Die **Größe der Influencer**, das heißt, die prozentuale Verteilung der Größe der Profile, die für Kollaborationsaktivitäten mit der Marke engagiert wurden.