

MARKETING INFLUENCERÓW



AUTENTYCZNA SPRZEDAŻ NIERUCHOMOŚCI

Ten e-book to wartościowy poradnik o współpracy z twórcami, ze szczególnym uwzględnieniem jego zastosowania w branży nieruchomości.

Czym jest marketing influencerów?

Jak wyglądają statystyki z roku 2024?

Jak można określić zwrot z inwestycji?

Autentyczność w marketingu influencerów

Czynniki sukcesu w marketingu influencerów

Dobór influencera i efektywna kampania

Przykłady sukcesów na rynku europejskim i światowym

Dlaczego warto działać teraz na Polskim rynku?

Rekomendacje dla branży nieruchomości

Pomoc w influencer marketingu + BONUS

Krótko mówiąc w tym e-booku znajdziesz odpowiedź na to, jak wyprzedzić swoją konkurencję.



Przepraszamy to Ryan- chce być wszędzie ale to tego przejdziemy.

Czym jest marketing influencerów?

Marketing influencerów to **STRATEGIA**, która wykorzystuje wpływowe osoby (influence z ang. wpływ) w danej dziedzinie do **PROMOWANIA** produktów lub usług na swoich profilach w mediach społecznościowych, blogach czy filmach.

Marketing Influencerów zakłada jednorazową lub długofalową współpracę reklamową w ramach kampanii reklamowej.

Influencerzy to osoby z liczną grupą obserwujących, którzy ufają ich opiniom jak swojemu oddanemu przyjacielowi.

Trzeba zaznaczyć, że influencerzy w większości, przynajmniej na samym początku swojej działalności utrzymują się z partnerstw barterowych lub właśnie płatnych współprac reklamowych, co oznacza że nie musimy się obawiać przerażająco wysokich inwestycji w jednorazowe kampanie.

W branży nieruchomości influencerzy mogą być agentami nieruchomości, blogerami zajmującymi się tematyką domu i wnętrz, architektami, projektantami, a nawet znanymi osobami, które mają upodobanie do nieruchomości. Mogą to być ludzie ze świata biznesu i szeroko pojętego prestiżowego lifestyle'u.

Przykładowe kanały, które polecamy:



Kręcimy nieruchomości



Ryan Serhant

LICZBY NIE KŁAMIAJĄ:

Statystyki - influencer marketing w 2024 roku.

Rynek influencerów jest ogromny i stale rośnie oraz ewoluuje...

Według najnowszych danych, branża influencerów w 2024 roku osiągnie wartość ponad 20 miliardów dolarów. To pokazuje, że influencer marketing jest coraz bardziej popularny i skuteczny!

Wartość rynku influencer marketingu

Globalna wartość rynku influencer marketingu w 2024 roku wynosi około 21 miliardów dolarów i stale rośnie. W 2016 roku była to zaledwie 1,7 miliarda dolarów.

Zródło: https://www.statista.com/statistics/1092819/global-influencer-market-size/?utm_source=chatgpt.com

Zwrot z inwestycji (ROI)

Średnio na każdy wydany dolar w influencer marketingu marki zarabiają 5,78 dolarów. Dla najlepiej prowadzonych kampanii ROI może przekraczać 18 dolarów za dolara.

Źródło: https://www.wpbeginner.com/pl/research/influencer-marketing-statistics/?utm_source=chatgpt.com

Grupy odbiorców

Aż 63% konsumentów ufa rekomendacjom influencerów bardziej niż tradycyjnym reklamom.

49% użytkowników mediów społecznościowych kupiło produkt lub usługę polecaną przez influencera co najmniej raz.

Źródło: https://www.wpbeginner.com/pl/research/influencer-marketing-statistics/?utm_source=chatgpt.com

Popularność kanałów

Instagram pozostaje najpopularniejszą platformą do kampanii influencer marketingowych, używaną przez około 80% marek.

TikTok dynamicznie rośnie i stał się drugim najczęściej wybieranym kanałem, szczególnie w kampaniach dla młodszej grupy odbiorców (Gen Z).

YouTube króluje wśród kampanii długoterminowych

Źródło: https://raportstrategiczny.iab.org.pl/influencer-marketing/?utm_source=chatgpt.com

Autentyczna sprzedaż w marketingu Influencerów

Autentyczność jest kluczem do sukcesu w każdej sprzedaży.

To właśnie **AUTENTYCZNOŚĆ** buduje zaufanie i przywiązanie do marki.

Konsumenci są coraz bardziej świadomi i sceptyczni wobec reklam, zwłaszcza tradycyjnych i przestarzałych a influencerzy, którzy nie są autentyczni, tracą wiarygodność.

Kluczem jest odpowiedni wybór influencerów, którzy pasują do marki i jej wartości!



Ważne jest, aby treści promowane przez influencerów były spójne z ich stylem i osobowością, aby uniknąć sztucznych i nieprawdziwych rekomendacji!

PRO TIPS!

- *Upewnij się, że wybrani influencerzy pasują do wizerunku Twojej marki i jej odbiorców.*
- *Dokładnie analizuj profile przy wyborze influencerów.*
- *Upewnij się, że masz dobrze skonstruowane umowy o tego typu współpracy.*
- *Pamiętaj o zgodzie na wykorzystanie wizerunku influencera!*
- *Zachęcaj influencerów do tworzenia autentycznych treści, które odzwierciedlają ich własny styl i punkt widzenia!*
- *Bądź transparentny w swoich relacjach z influencerami. Zawsze jasno określ, czy współpraca jest płatna czy też nie i jakie są Twoje oczekiwania wobec kampanii.*
- *Analizuj i optymalizuj działania w trakcie trwania kampanii.*

Kluczowe czynniki sukcesu w marketingu influencerów

Skuteczny marketing influencerów wymaga **STRATEGICZNEGO** podejścia!

Przygotowaliśmy kilka praktycznych wskazówek, które pomogą ci przemyśleć swoją pierwszą, efektywną kampanię:

TYLKO AUTENTYCZNOŚĆ

Autentyczni influencerzy i historie budują większe zaufanie.

METODA SMART

Kampania powinna mieć jasno określone cele zgodne z metodą SMART.

ODPOWIEDNI KANAŁ

Wybierz odpowiednią platformę, która dotrze do Twojej grupy odbiorców!

ODBIORCY

Konsumenci (63%) ufają rekomendacjom influencerów bardziej niż tradycyjnym reklamom.

Opowiadanie historii w kreatywny i rozrywkowy sposób angażuje odbiorców bardziej niż tradycyjny przekaz reklamowy.

ANALIZA I OPTYMALIZACJA KAMPANII

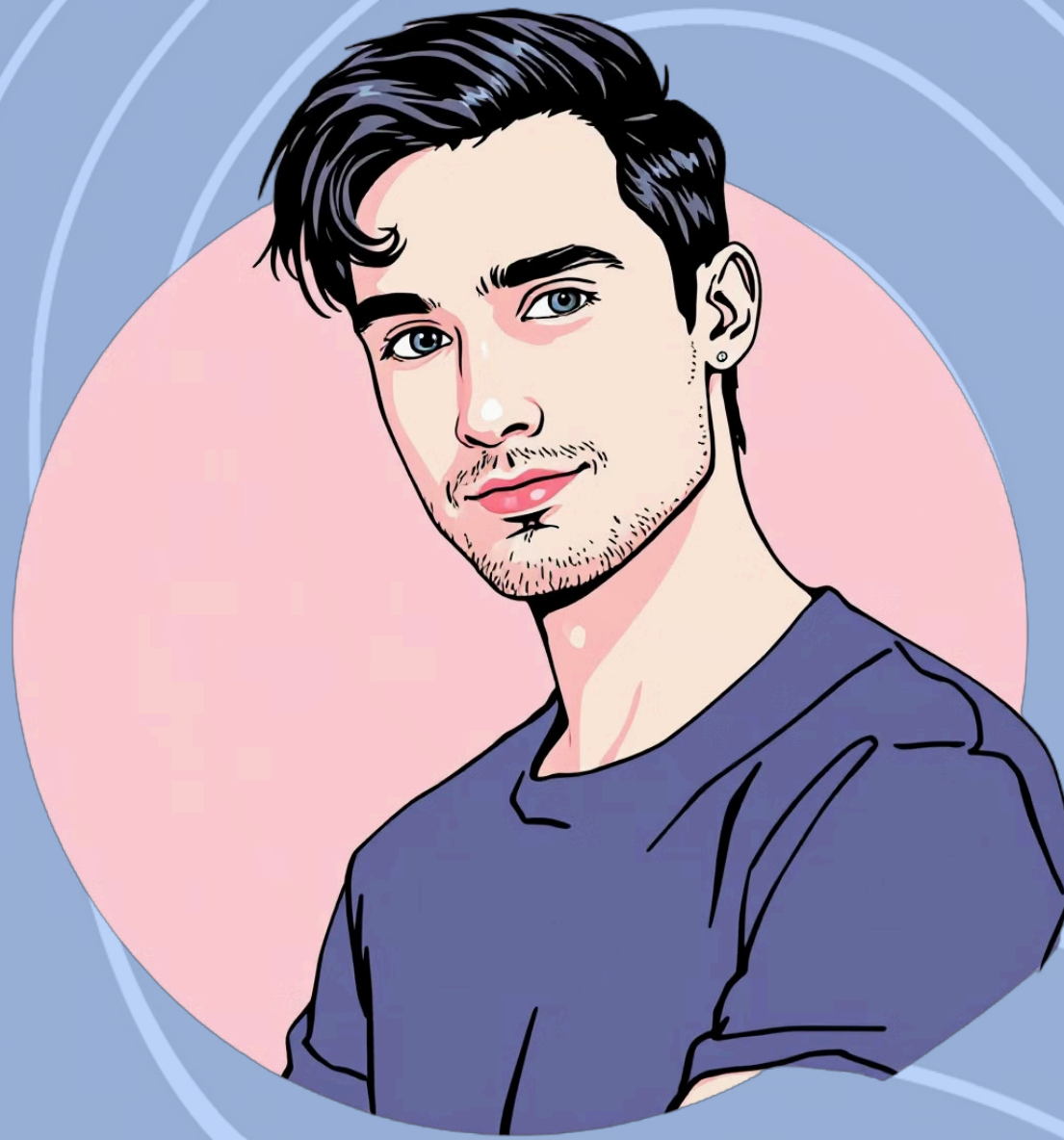
Regularne śledzenie kluczowych wskaźników (KPI), takich jak zasięg, zaangażowanie i konwersje, pozwala na bieżąco oceniać skuteczność kampanii.

Zamiast jednorazowych działań, warto stawiać na relacje, które przynoszą korzyści obu stronom w dłuższej perspektywie czasu.

Dobór influencera i efektywna kampania reklamowa

Kluczem do wyboru odpowiedniego influencera jest zrozumienie jego grupy docelowej i dopasowanie jej do celów kampanii oraz odpowiednia analiza ich profili np. pod kątem kupionych obserwujących, zaangażowania społeczności i współprac niekorzystnych dla naszego wizerunku.

🔗 Error uploading image.



- 1** Zdefiniuj grupę docelową i Influencerów, którzy mają podobne wartości i zainteresowania.
- 2** Zdefiniuj cel kampanii w odniesieniu do czasu jej trwania używając metody SMART
- 3** Sprawdź zaangażowanie odbiorców influencera, analizując statystyki dotyczące interakcji z treściami na ich kanałach.
- 4** Oceń autentyczność influencera. Czy jest on wiarygodny i autentyczny w swoich treściach?
- 5** Zbadaj historię współpracy influencera z innymi markami.
- 6** Zadbaj u umowy i zgodę na przetwarzanie wizerunku!
- 7** Zaplanuj przemyślaną strategię zgodnie z wyznaczonym celem i grupą docelową.
- 8** Analizuj i optymalizuj przebieg kampanii korzystając z odpowiednich do tego narzędzi.
- 9** Testuj nowe rozwiązania i techniki, bądź kreatywny!
- 10** Analizuj wyniki i ROI, planuj kolejne kampanie wyciągając wnioski.

Przykłady sukcesów na rynku europejskim i światowym

Airbnb – Globalna współpraca z influencerami podróżniczymi

- **Kraj:** Globalnie
- **Strategia:** Choć Airbnb nie jest agencją nieruchomości w tradycyjnym sensie, odniosło ogromny sukces dzięki kampaniom prowadzonym z influencerami. **Airbnb zaprosiło influencerów podróżniczych do testowania unikalnych i luksusowych nieruchomości, takich jak zamki, wille nad morzem czy domki na drzewie. Treści były udostępniane na Instagramie i YouTube, podkreślając różnorodność ofert.**
- **Efekty:** Wzrost liczby rezerwacji luksusowych nieruchomości o **30% w ciągu roku** oraz znaczne zwiększenie liczby użytkowników na platformie.
- **Klucz do sukcesu:** Wizualny content, unikalne lokalizacje oraz storytelling związany z doświadczeniami i stylem życia.

Foxtons – Kampania z mikroinfluencerami w Londynie

- **Kraj:** Wielka Brytania
- **Strategia:** Brytyjska agencja Foxtons nawiązała współpracę z mikroinfluencerami związanymi z tematyką życia w Londynie – w tym influencerami pokazującymi najlepsze dzielnice miasta, lokale gastronomiczne i wydarzenia kulturalne. Influencerzy promowali wynajem i zakup nieruchomości jako część stylu życia w Londynie.
- **Efekty:** Kampania przyciągnęła młodszych klientów zainteresowanych najmem w prestiżowych lokalizacjach, zwiększając świadomość marki w mediach społecznościowych.
- **Klucz do sukcesu:** Współpraca z influencerami lokalnymi, którzy mieli bezpośredni kontakt z rynkiem docelowym, co zwiększyło autentyczność kampanii.

Engel & Völkers – Globalna kampania luksusowych nieruchomości

- **Kraj:** Niemcy (działalność globalna)
- **Strategia:** Engel & Völkers, luksusowa agencja nieruchomości, nawiązała współpracę z influencerami lifestyle'owymi i podróżniczymi, którzy w swoich materiałach promowali luksusowe posiadłości na całym świecie. Influencerzy publikowali zdjęcia z wnętrza nieruchomości, basenów czy luksusowych ogrodów, podkreślając wyjątkowy styl życia.
- **Efekty:** Kampania zwiększyła zainteresowanie międzynarodowymi inwestorami w kluczowych lokalizacjach, takich jak Hiszpania, Monako czy Floryda. Engel & Völkers odnotowało 15% wzrost zapytań od klientów premium w wyniku tej strategii.
- **Klucz do sukcesu:** Wykorzystanie storytellingu, wizualnego contentu i influencerów, którzy idealnie wpisywali się w styl luksusu i aspiracyjnego życia.

Jak można określić zwrot z inwestycji?

Podstawowy wzór ROI

Wzór na obliczenie ROI wygląda następująco:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Zysk} - \text{Koszt kampanii}}{\text{Koszt kampanii}} \times 100\%$$

Zysk z inwestycji

To wszystkie przychody wygenerowane dzięki kampanii influencerów. Może to być wzrost sprzedaży, liczba pozyskanych klientów, wzrost liczby rezerwacji itp.

Koszt inwestycji:

To suma wszystkich kosztów kampanii, w tym wynagrodzenie dla influencerów, koszty produkcji treści, promocji i inne wydatki.

Kroki do określenia ROI na zasadzie celu kampanii:



Zidentyfikuj przychody

Generowane przez kampanię (np. sprzedaż przez kody rabatowe, linki UTM itp.)



Określ koszty kampanii

W tym wynagrodzenie influencerów i produkcję treści



Zmierz kluczowe wskaźniki

Np. liczbę konwersji, kliknięcia, zaangażowanie, wzrost obserwujących

Narzędzia pomocne w mierzeniu ROI:

Google Analytics: śledzenie ruchu przez linki UTM.

Kody rabatowe: przypisane influencerom do monitorowania sprzedaży.

Platformy influencer marketingu: np. Grin, Traackr.

Kluczowe czynniki wpływające na ROI!!!

1

Dopasowanie influencerów do grupy docelowej

Wybierz influencerów, którzy pasują do Twojej grupy docelowej, jej zachowań, tendencji i obszaru geograficznego.

2

Jasno określone cele kampanii

Jasno określ swój cel główny w dłuższej perspektywie czasu i cele poboczne w krótszej perspektywie czasu.

3

Uwzględnienie długoterminowych efektów

Budowanie świadomości marki to jeden z długoterminowych efektów kampanii z influencerami.

Pomiar skuteczności kampanii z udziałem influencerów



Pomiar skuteczności kampanii jest **KLUCZOWY**, aby ocenić jej sukces, przeanalizować ROI i dokonać koniecznych korekt.

CO WARTO MIERZYĆ?

Zaangażowanie odbiorców

(np. liczba polubień, komentarzy, udostępnień, interakcji, zaangażowania).

Wzrost liczby obserwujących i polubień

na profilach społecznościowych.

Generowanie leadów i sprzedaż

(np. wzrost liczby klientów, zakupów z kodu, zamówień itd).

Zasięg kampanii

(np. liczba osób, które zobaczyły treści influencera, liczba lików, udostępnień, reakcji, zaangażowania itd).

Przykładowe narzędzia do analizy danych	Funkcjonalność
Google Analytics	Analiza ruchu na stronie internetowej
Facebook Insights	Analiza skuteczności kampanii na Facebooku
Instagram Insights	Analiza skuteczności kampanii na Instagramie
Hootsuite	Zarządzanie i analiza mediów społecznościowych

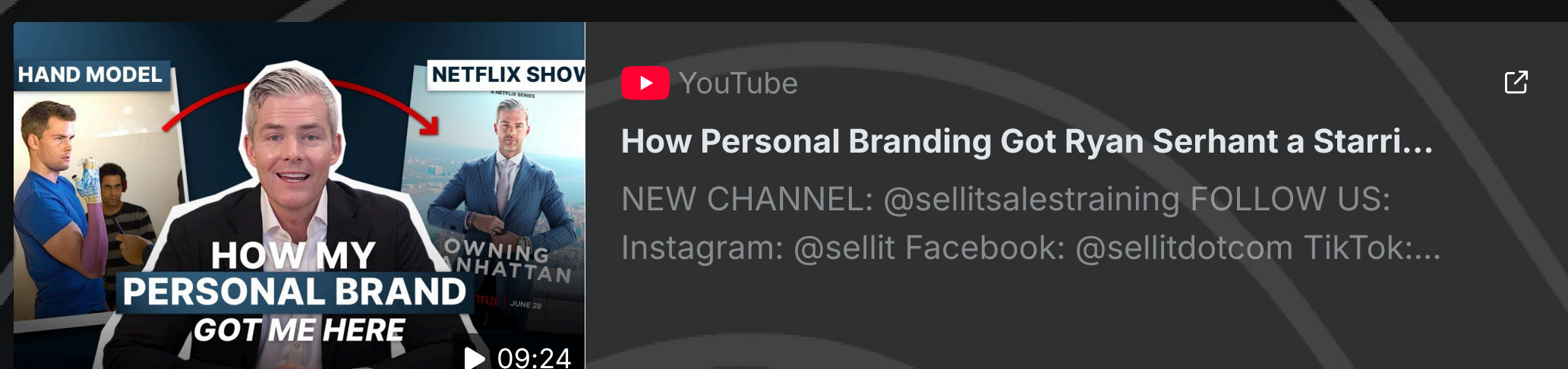
Rekomendacje dla branży nieruchomości + BONUS!

Marketing influencerów to prawdziwy game-changer, który pozwala wyprzedzić konkurencję z prędkością odrzutowca.

Na rynkach międzynarodowych ta strategia przyniosła spektakularne efekty, a teraz dynamicznie wraca do Polski. Jest to idealny moment, aby wejść w ten trend i zyskać przewagę w branży nieruchomości.

W Polsce wciąż rośnie liczba ekspertów-influencerów z rynku nieruchomości, którzy zdobywają coraz większą popularność! Nie można tego zignorować.

Kim jest ten Ryan i dlaczego on tu ciągle jest?!



Ryan Serhant to czołowy agent nieruchomości w Nowym Jorku, który zdobył sławę dzięki programowi „Milion Dollar Listing” na Netflixie. Jest autorem książek o personal branding, sprzedaży i Youtuberem z 1,43 mln oddanych subskrybentów.

Jego sukces opiera się na odpowiednim branding, który pozwala mu dzielić się wiedzą i zwiększać sprzedaż.

Nie musisz być influencerem jak Serhant, ale możesz czerpać z jego doświadczeń, by budować swoją markę i korzystać z pomocy podobnych jemu influencerów na Polskim rynku by wyprzedzać konkurencję o 1000 km/h na własnych zasadach.

Dlaczego warto zacząć?

Docierasz do klientów premium i inwestorów

Dobrani influencerzy przyciągną wartościowych klientów i inwestorów

Łatwo mierzysz rezultaty

Śledzisz wyniki dzięki rabat, prezentacjom i analizie zaangażowania

Masz wyższą stopę zwrotu niż przy tradycyjnych kampaniach

Kampanie z influencerami są znacznie skuteczniejsze niż tradycyjne reklamy

Masz elastyczność współpracy

Możliwość działania w modelu barterowym, jednorazowych akcjach lub długoterminowych projektach

Budujesz silną i znaną markę

Współpraca z influencerami skuteczniej buduje zaufanie, sprzedaż i pozycję lidera skuteczniej niż inne kampanie

Rozwijasz firmę!

Zwiększasz sprzedaż i otwierasz nowe siedziby lub zatrudniasz nowych agentów

Bądź jednym z pierwszych w Polsce podążając za trendem, który sprawdza się na rynkach europejskich i światowych.

BONUS!

Jeżeli dotrwałeś do końca to gratulujemy i oferujemy CI BONUS!

Jesteśmy pierwszą w Polsce agencją reklamową zajmująca się marketingiem Influencerów dla branży nieruchomości Premium.

Naszą misją jest budowanie wartościowych kontraktów biznesowo-partnerskich i zwiększanie świadomości marek na rynku Europejskim.

Nasz zespół działa ZDALNIE w Polsce, Francji, Hiszpanii oraz w Stanach Zjednoczonych.

Jeżeli potrzebujesz konsultacji w zakresie kampanii z influencerami I i możliwych rezultatów dla Twojej firmy....

OTRZYMASZ JĄ BEZPŁATNIE + AŻ 50 % ZNIŻKI NA DZIAŁANIA REKLAMOWE:

PROMOCJA TRWA DO 30.03.2025!

Wygodnie umów spotkanie:



[Odwiedź nas](#)

[Obserwuj nas](#)

Mamy nadzieję, że wyniosłeś/wyniosłaś wiele wartościowych informacji odnośnie marketingu Influencerów. Obserwuj nas po więcej! :)