

# CASE -

## WIE ELLOS MIT INFLUENCER MARKETING ERFOLGREICH SEINE VERKAUFSZIELE ERREICHT UND DIE MARKENBEKANNTHEIT GESTEIGERT HAT

Ellos ist ein marktführender und zukunftsorientierter E-Commerce-Händler auf dem nordischen Markt, der Mode und Einrichtungsgegenstände vertreibt. Influencer-Marketing ist für Ellos einer der wichtigsten digitalen Marketingkanäle. In dieser Fallstudie zeigen wir, wie Ellos mithilfe von Cure Media und Influencer Marketing Fortschritte beim Erreichen seiner Vertriebsziele sowie bei der Steigerung der Markenbekanntheit erzielt hat.

Das vorrangige Ziel von Ellos hinsichtlich des Influencer Marketings ist die Steigerung des Absatzes von Mode und Einrichtungsgegenständen in der Zielgruppe von Frauen mittleren Alters in der nordischen Region. Weitere wichtige Ziele sind eine maximale Reichweite, ein signifikantes Interesse in der Zielgruppe zu wecken sowie den relevanten E-Commerce-Traffic zu erhöhen und dabei gleichzeitig die Markenbekanntheit zu steigern.

Mithilfe von Cure Media werden jeden Monat Hunderte von Inhalten von ausgewählten Influencern veröffentlicht. Die KPIs für die verschiedenen Zeiträume variieren. Das gilt auch für den Fokus und das Ziel des jeweiligen Zeitraums.

Die Strategie beinhaltet Kontinuität und Nachhaltigkeit. Um ein sehr hohes Bewusstsein in der Zielgruppe zu schaffen, ist es wichtig, ein starkes Vertrauen bei dieser zu entwickeln indem die Influencer authentisch sind und konstante Präsenz zeigen – eine Strategie, die in diesem Fall klare Ergebnisse geliefert hat.



**”Cure Media ist ein sicherer und moderner Partner für die Zusammenarbeit in einem digitalen und dynamischen Zeitalter. Sie verstehen ihr Geschäft, sind engagiert und zuverlässig. Es ist ungewöhnlich, mit einer Agentur für Influencer Marketing zu arbeiten, die genau den KPI liefern kann, den der Kunde fordert. Cure hat nicht nur unsere Erwartungen erfüllt, sondern weit übertroffen. Dank unserer Zusammenarbeit haben wir diesen Kanal intern etablieren können. Neben einer guten Performance auf verschiedenen Ebenen und Bereichen sorgt der Kanal auch für einen stärkeren Umsatz und pusht unsere anderen Social-Media-Kanäle.”**

- Delli Holmblad, Digital Communications Manager Nordics

ERGEBNISSE SEIT  
MAI 2019:

Reichweite:

**4,8 Millionen**

Engagement:

**+4%**



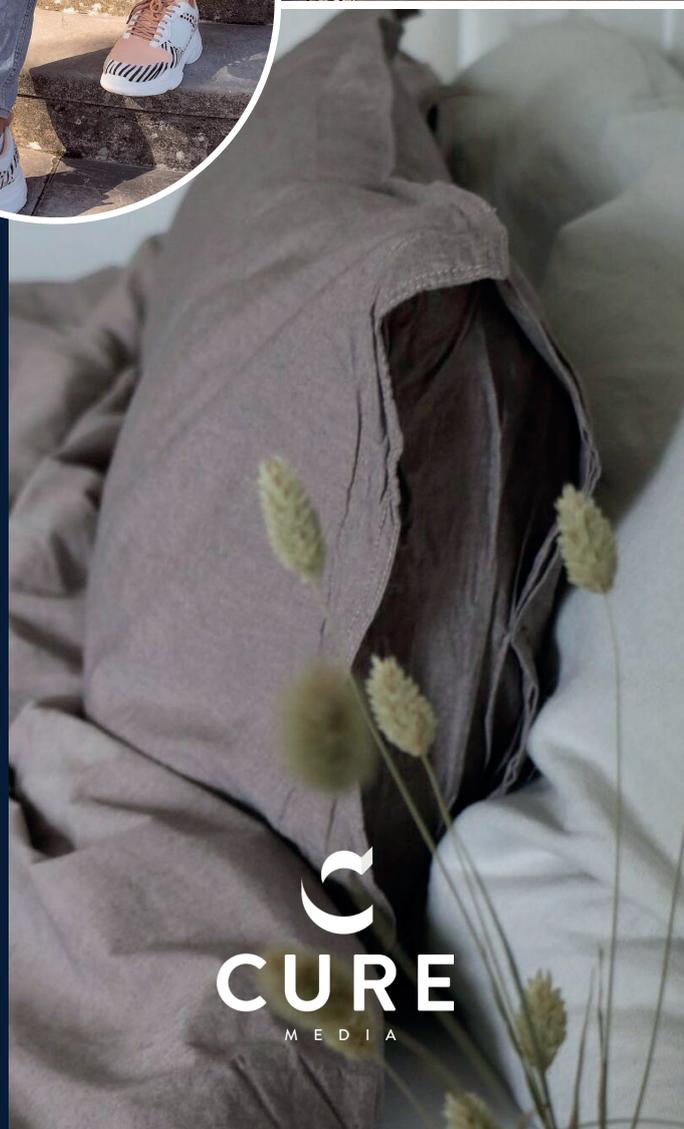
## ERFOLGSFAKTOREN

Zu den wichtigsten und entscheidenden Erfolgsfaktoren beim Influencer Marketing von Ellos gehören Kontinuität und Nachhaltigkeit. Eine kontinuierliche Präsenz schafft mehr Vertrauen in der Zielgruppe, was schnell zu positiven Ergebnissen geführt hat. Um diese Ergebnisse ständig zu verbessern, werden jeden Monat alle Influencer-Aktivierung basierend auf Daten und Statistiken ausgewertet und optimiert.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Mut von Ellos, die Kontrolle abzugeben und genügend kreativen Spielraum zu lassen. Das ist der transparenten Zusammenarbeit und dem Vertrauen in Cure Media sowie der Fähigkeit der Influencer zu verdanken, qualitativ hochwertige Inhalte zu erstellen, die die Zielgruppe ansprechen und Ergebnisse liefern.

Schließlich haben die Teams von Ellos und Cure Media auch ein klares Verständnis dafür gewonnen, wie man Messungen am besten durchführt:

- **Kontinuität & Nachhaltigkeit**
- **Kreative Freiheit**
- **Klares Verständnis der Messergebnisse**





**Folgen Sie uns in den sozialen Netzwerken!**



Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Form gewählt, es ist jedoch immer die weibliche Form mitgemeint.