



Guide und Checkliste

Auswahl einer Enterprise Influencer Marketing Software

I ROIN

Inhaltsverzeichnis

Editorial	Plane deine langfristige Influencer Marketing Strategie	4
Kapitel 1	Der optimale Influencer Marketing Workflow	5-7
Kapitel 2	Anleitung: Checkliste zur strategischen Software-Auswahl	8-9
Kapitel 3	Influencer:innen Suche und Analyse <ul style="list-style-type: none">• Influencer:innen suchen• Influencer:innen analysieren	10-12
Kapitel 4	Verwaltung einer Influencer:innen Datenbank <ul style="list-style-type: none">• Influencer:innen Datenbank verwalten• Influencer:innen Datenbank filtern• Daten der Influencer:innen qualifizieren• Kommunikation mit den Influencer:innen	13-17
Kapitel 5	Management von Influencer Marketing Kampagnen <ul style="list-style-type: none">• Kampagnenplanung• Qualitätssicherung• Kampagnenverwaltung	18-21

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 6	Whitelisting bzw. Branded Content	22-24
	<ul style="list-style-type: none">• Onboarding• Kampagnenplanung• Kampagnenverwaltung	
Kapitel 7	Influencer Marketing Reporting und Daten	25-27
	<ul style="list-style-type: none">• Bereitstellung von Reportings• Bereitstellung von Daten	
Kapitel 8	Software Implementierung und Konfiguration	28-30
	<ul style="list-style-type: none">• Software Implementierung• Rechte- und Rollen-Management	
Kapitel 9	Software Usability und Support	31-33
	<ul style="list-style-type: none">• Usability• Support	
Fazit		34

Plane deine langfristige Influencer Marketing Strategie

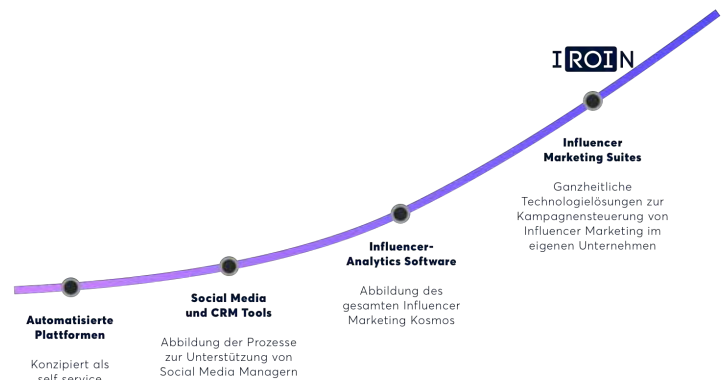
Laut der aktuellen [Umfrage 2021](#) des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) gaben 45% der befragten deutschen Unternehmen an, ihr Influencer Marketing Budget für 2021 zu erhöhen. Im Vergleich zu 2018 stieg die Zahl der Unternehmen, die mehr als 10 Kampagnen im Jahr planen, um 19%.

Zum Einstieg ins Influencer Marketing eignen sich häufig klassische Excel-Tabellen. Mit steigendem Budget und der wachsenden Anzahl an Kampagnen steigen auch die Ansprüche und Aufwendungen für Influencer Marketing Kampagnen. **Excel-Tabellen kommen dabei häufig an ihre Grenzen:**

- Externe Dokumente können nur mit viel Aufwand in eine Excel-Tabelle integriert werden.
- Die Pflege und Aktualisierung von Daten sind aufwendig und zeitintensiv. Im schlimmsten Fall können dabei Daten verloren gehen oder sich Kopierfehler einschleichen.
- Sedcards für Kolleg:innen oder Kund:innen müssen aufwendig manuell erstellt werden.
- Für eine umfassende Kampagnen Workflow müssen oftmals mehrere Excel-Tabellen erstellt werden. Je mehr Excel-Tabellen nötig sind, umso schwieriger wird es den Überblick zu behalten. Zudem sind lange Excel-Tabellen häufig unübersichtlich und je nach Komplexität schwer verständlich.

Eine Lösung für das Problem ist Influencer Marketing

Software. IROIN® analysiert seit 2015 die technologische Entwicklung im Bereich Influencer Marketing. Bis heute haben sich viele Prozesse der noch jungen Disziplin verändert. Im Großen und Ganzen lassen sich vier Entwicklungsstufen von Technologien im Influencer Marketing ausmachen.



Bei der Vielzahl an Anbietern am Markt ist es nicht einfach sofort die richtige Wahl zu treffen. Welche Anforderungen muss eine Software erfüllen? Unsere Checkliste soll dich bei der Auswahl unterstützen, ermöglicht einen Vergleich und lässt Raum für Ergänzungen individueller Anforderungen.



Julia Klemm
Marketing Managerin

Der optimale Workflow im Influencer Marketing

Influencer Marketing unterscheidet sich von der klassischen Werbung darin, dass der kreative Content von Influencer:innen selbständig produziert und auf verschiedenen Social-Media-Kanälen verbreitet wird. Komplexe Abläufe und Prozesse in denen mehrere Akteure koordiniert werden müssen, machen den Einstieg in das Influencer Marketing nicht einfach. Folgender Workflow hat sich als Branchenstandard für Profis im Influencer Marketing etabliert.

#1 Influencer:innen Suche und Auswahl

Auf Basis einer vorab konzeptionierten Strategie und Zieldefinition werden Influencer:innen mit dem passenden Brand-Fit gesucht. Die Auswahl an Influencer:innen auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen scheint unendlich groß und das Filtern ist nur schwer möglich. Influencer Marketing Software ermöglicht das Durchsuchen und Filtern aller aktuellen Influencer:innen verschiedener Plattformen. Eine Auflistung marktrelevanter KPIs der Influencer:innen ermöglicht eine genaue Analyse der Follower:innen. So können Fake-Follower:innen identifiziert und die Homogenität der Zielgruppe sichergestellt werden.

#2 Influencer:innen Portfolio verwalten

Alle Influencer:innen, die für dein Unternehmen interessant sind, werden meist in einem Dokument gesammelt. Wenn es zu Kooperationen mit den Influencer:innen in deinem Portfolio kommt, empfiehlt es sich ein NDA (Non-Disclosure-Agreement) und einen Kooperationsvertrag mit den Influencer:innen abzuschließen, bevor es in die nächste Phase der Kampagnendurchführung geht. Alle Kontaktdaten und Dokumente der ausgewählten Influencer:innen müssen zentral gesammelt und verwaltet werden. Für diese Prozesse eignet sich eine spezielle Portfolio-Software, die eine übersichtliche Verwaltung aller Influencer:innen ermöglicht.



#3 Analyse der Insight-Daten von Influencer:innen

Die Influencer:innen des eigenen Portfolios können anhand der individuellen Echtzeit-Statistikdaten noch genauer analysiert werden. Sie geben Auskunft über die tatsächlichen Impressions der einzelnen Postings und die Engagementrate der Follower:innen. Allerdings ist die Beschaffung dieser Daten sehr aufwendig. Die Influencer:innen aus dem Portfolio können zur besseren Planung einer Influencer-Kampagne gefragt werden, ob sie ihre persönlichen Echtzeit-Daten per Screenshot teilen. Der Nachteil: Die Daten verlieren dabei schnell ihren Echtzeit-Anspruch. Mit dem Einsatz von Technologie und der Zustimmung der Influencer:innen, kann auch dieser Schritt vereinfacht und Echtzeit-Statistikdaten immer aktuell im Portfolio eingesehen werden.

#4 Kampagnen-Management und -Reporting

Wurden die passenden Influencer:innen für die geplante Kampagne ausgewählt, werden Kooperationen eingeleitet, ein Briefing erstellt und Beiträge bei den Influencer:innen in Auftrag gegeben. Werbetreibende erstellen zwar ein Briefing für die Kampagne, geben aber den eigentlichen Kreativ-Prozess aus den Händen, an die Influencer:innen ab.

Zwischenmenschliche Kooperation und der enge Austausch mit Influencer:innen sollte trotzdem gegeben sein. Wichtig ist hier ein übersichtliches und gut strukturiertes Kampagnen-Management. Nachdem eine Kampagne über einen definierten Zeitraum gelaufen ist, wird diese ausgewertet. Für Unternehmen und Agenturen sind lediglich Informationen zu Likes und Kommentaren der Beiträge öffentlich ersichtlich. Für eine stichfeste Bewertung der Influencer Marketing Kampagnen fehlen häufig die Zugänge zu den wesentlichen KPIs. Die richtige Influencer Marketing Software unterstützt die Kampagnen-Planung, -Umsetzung und das Reporting.

#5 Whitelisting bzw. Branded Content

Die Reichweite organischer Posts kann zusätzlich mit Whitelisting bzw. Branded Content über die Followerschaft der Influencer:innen hinaus geboostet und der Traffic skaliert werden. Das Besondere: Die bereits vorhandenen Creatives werden im Namen der Influencer:innen als Ads angesteuert. Dazu ist ein Zugang zu einem Werbekonto zum Beispiel auf Facebook notwendig. Die Verknüpfung des eigenen Werbekontos mit den Influencer:innen ist sehr aufwendig. Zur eigenständigen Umsetzung kann Technologie die optimale Schnittstelle sein. Technologie macht das Onboarding der Influencer:innen spielend leicht und vereinfacht die Kampagneneinbuchung.

Anleitung: Checkliste zur strategischen Software-Auswahl

Du möchtest deine Influencer Marketing Aktivitäten inhouse mit einer Software unterstützen? Dann ist unser Guide für dich genau das Richtige. In der Software-Auswahl gilt es verschiedene Kriterien unterschiedlicher Kategorien zu bedenken. Unsere Checkliste soll dir helfen, die passende Influencer Marketing Technologie zu finden, egal ob du das erste Mal eine Lösung suchst oder einen Software-Wechsel vor hast.

Der Entscheidungsprozess

Bis die Wahl einer geeigneten Software gefallen ist, braucht es Zeit. Folgende Schritte empfehlen sich im Entscheidungsprozess:

#1 Definiere, wer mit der Software arbeitet. Stell gemeinsam eine Anforderungsliste an die Software zusammen.

#2 Wähle eine Software aus, die auf Basis des Website-Auftritts diesen Anforderungen entspricht.

#3 Trete mit den Software-Anbietern in Kontakt und verschaffe dir zunächst einen Überblick über die Preise. Grenze die Auswahl auf die Top 3 ein.

#4 Vereinbare einen Demo-Termin. Nimm die Checkliste zur Hand und stelle viele Fragen.

#5 Wenn möglich, teste die Software auch mit deinen Kolleg:innen direkt im Unternehmen. Stelle mögliche Use-Cases nach.

#6 Wenn die Auswahl für einen Software-Anbieter gefallen ist, plane im nächsten Schritt ausreichend Zeit für die Onboarding-Phase ein. Die Software muss im Unternehmen implementiert und vorhandene Daten übertragen werden. Außerdem muss die Anwendung konfiguriert und die Kolleg:innen geschult werden.

Anwendung der Checkliste

Auf den folgenden Seiten findest du mehrere Checklisten, in denen du drei Anbieter von Influencer Marketing Software zu verschiedenen Schwerpunkten vergleichen kannst. Vorgegebene Kriterien sollen dir den Vergleich vereinfachen.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Vorgegebene Kriterien			
Platz für eigene Kriterien			

Die Checklisten können ausgedruckt oder via eines PDF-Programms bearbeitet und nach Belieben ausgefüllt werden. Zum einen hast du die Möglichkeit Notizen zu den vorgegebenen Kriterien zu hinterlegen. Zum anderen kannst du eigene Kriterien ergänzen.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Kampagnen-Verwaltung			
Zugriff auf uneingeschränkte Datenbank .	Nein	Ja	Ja
Datenbank kann nach Anforderungen gefiltert werden.	Ja	?	Nein
Fraud-Analyse der Influencer:innen ist möglich.	Ja	Nein	Ja
Platz für eigene Kriterien			
Influencer-Reportings	?	Nein	Ja

Jedes Kapitel thematisiert einen Schwerpunkt, den es bei der Auswahl einer geeigneten Influencer Marketing Software zu beachten gibt. Neben einer kurzen Erläuterung zu jedem Schwerpunkt findest du außerdem ein Experten-Tipp.

Influencer:innen Suche und Analyse

Dank einer Discovery-Funktion können Werbende neue Influencer:innen finden und nach bestimmten Themen und Schwerpunkten filtern. Prozesse der Datenbeschaffung ermöglichen den Zugang zu Insight-Daten. So können Impressions, Engagementraten und die Struktur der Community analysiert und Fake-Follower:innen identifiziert werden.

Experten-Tipp

Für eine umfassende Auswahl an Influencer:innen empfiehlt es sich Software zu verwenden, die eine uneingeschränkte Datenbank aller Influencer:innen verschiedener Plattformen weltweit zur Verfügung stellt.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Influencer:innen suchen			
Die Influencer Marketing Software gewährt Zugang zu einer umfangreichen Influencer:innen-Datenbank.			
Die Influencer:innen-Datenbank umfasst verschiedene Social Media Kanäle.			
Die Datenbank ermöglicht Zugriff auf alle globalen aktiven Influencer:innen eines Kanals.			
Die Suche in der Influencer:innen-Datenbank wird durch Filter-Optionen erleichtert.			
Filtern nach Account Name der Influencer:innen.			
Suche nach Channel-Link der Influencer:innen.			
Filtern nach Kategorien der Influencer:innen.			
Filtern nach Mentions der Influencer:innen.			
Filtern nach der Follower:innen-Zahl der Influencer:innen.			
Filtern nach Kategorien der Influencer:innen.			
Filtern nach Engagement-Rate der Influencer:innen.			
Filtern nach Alter der Influencer:innen.			
Filtern nach Land/Stadt der Influencer:innen.			
Filtern nach Geschlecht der Influencer:innen.			
Filtern nach Alter der Follower:innen.			
Filtern nach Land/Stadt der Follower:innen.			
Filtern nach Geschlecht der Follower:innen.			

Kapitel 3

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Influencer:innen analysieren			
Die Influencer:innen-Datenbank bietet Daten zur Analyse der Performance und Geeignetheit.			
Die Daten sind grafisch in Diagrammen leicht verständlich aufbereitet.			
Die Daten ermöglichen eine Fraud-Analyse , in dem z.B. Herkunftsland der Follower:innen nachvollzogen werden kann.			
Es werden Daten zur Wachstumsanalyse der Community bereit gestellt.			
Es werden Daten zur Like/ Kommentar Rate bereitgestellt.			
Es werden Daten zur Erreichbarkeit der Community bereitgestellt.			
Es werden Daten zur Qualität/Echtheit der Community bereitgestellt.			
Es werden Daten zur Anzahl an Werbepostings bereitgestellt.			
Es werden Daten zu Brand-Kooperationen bereitgestellt.			
Die Daten können zur Analyse als Excel-Datei exportiert werden.			
Die Daten können in einer PowerPoint für Präsentationen in der eigenen Corporate Identity exportiert werden.			
Platz für eigene Kriterien			

Verwaltung einer Influencer:innen Datenbank

Mithilfe eines umfassenden Managementsystems können Daten und Dokumente der Influencer:innen einfach gespeichert und verwaltet werden. Filteroptionen helfen dir Influencer:innen im eigenen Portfolio schnell zu finden. Notiz- und Kommentarfunktionen ermöglichen dir eine persönliche Qualifikation der Influencer:innen.

Experten-Tipp

Entscheidend ist, dass es sich um ein firmeneigenes Portfolio handelt, dass du nach belieben ergänzen und qualifizieren kannst.

Kapitel 4

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Influencer:innen Datenbank verwalten			
Ausgewählte Influencer:innen können in einem eigenen Portfolio gesammelt und verwaltet werden.			
Es handelt sich um ein privates und individuelles Portfolio , auf das nur Nutzer:innen der eigenen Software-Instanz Zugriff haben.			
Die Influencer:innen können manuell oder automatisch aus einer Discovery hinzugefügt werden.			
Für jede:n Influencer:in kann ein eigenes Profil angelegt werden.			
Das Profil kann durch individuelle Custom-Fields eigenständig ergänzt werden.			
In dem Profil können personenbezogene Informationen wie Kontakt- oder Adressdaten, Kanalinformationen sowie vertrauliche Daten, wie Bankverbindungen hinterlegt werden.			
Dokumente wie Kooperationsverträge oder NDAs werden im Profil gespeichert. Zudem können diese z.B in Form von Umbenennungen bearbeitet werden.			
Profile der Influencer:innen können an zuständige Mitarbeiter:innen zugewiesen werden.			
Innerhalb des Profils können die Influencer:innen von den Mitarbeiter:innen bewertet werden.			
Den Influencer:innen können alle relevanten Social-Media-Kanäle mit automatisch oder manuell generierten KPIs im Profil hinterlegt werden.			

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Influencer:innen Datenbank verwalten			
Die Name der Mitarbeiter:innen werden der Bewertung beigefügt , damit diese:r bei Rückfragen direkt kontaktiert werden kann.			
Für jede:n Influencer:in kann eine eigene Sedcard erstellt werden, die im CI-Design als PowerPoint heruntergeladen werden.			
Es kann nachvollzogen werden, in welchen Kampagnen die Influencer:innen geplant und aktiv sind/waren .			
Der Nachrichtenaustausch mit den Influencer:innen kann chronologisch nachvollzogen werden.			
Influencer:innen Datenbank filtern			
Das Influencer:innen Portfolio kann gefiltert werden .			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach Netzwerken gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach der Follower:innen Zahl gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach eigens definierten Kategorien gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach eigens definierten Mentions gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach Alter gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach Geschlecht gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach Stadt/Land gefiltert werden.			

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Influencer:innen Datenbank filtern			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach der Agentur gefiltert werden.			
Die Influencer:innen im Portfolio können nach zuständigen Mitarbeiter:innen gefiltert werden.			
Die Filterliste wird um eigene individuelle Custom-Fields automatisch erweitert .			
Daten der Influencer:innen qualifizieren			
Die Influencer Marketing Software ermöglicht eine Authentifizierung von Accounts für den Zugriff auf aktuelle Echtzeit-Daten der Influencer:innen.			
Die Anfrage wird durch automatisierte Kommunikation erleichtert.			
Die Freigabe durch die Influencer:innen ist unkompliziert z.B. per One-Klick Freigabe.			
Über eine offizielle API Schnittstelle werden die Insight-Daten der Influencer:innen direkt in die Software übernommen.			
Die Daten werden übersichtlich aufbereitet .			
Die Daten werden beim Download einer Sedcard mit übernommen .			
Kommunikation mit den Influencer:innen			
Die Influencer Marketing Software erleichtert die Kommunikation mit den Influencer:innen z.B. über ein OneWay Messaging System, Direct messenger oder Live-Chat.			
Beim Versenden von E-Mails an Influencer:innen, wird die E-Mail Adresse automatisch aus dem Profil in die Absender Zeile übernommen .			

Kapitel 4

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Kommunikation mit den Influencer:innen			
E-Mails können als Standard-Text-Mail oder im eigenen HTML-Design versendet werden.			
Mithilfe von Personalisierungs-Token können Massen-Mails mit direkter Ansprache versendet werden.			
Alle Nachrichten , die im Rahmen der Kampagne versendet werden, können im Nachrichtenverlauf nachvollzogen werden .			
Es ist nachvollziehbar, ob Influencer:innen die Nachricht geöffnet haben oder nicht.			
Platz für eigene Kriterien			

Management von Influencer Marketing Kampagnen

Ein einfaches Setup unterstützt die Vorbereitung einer Influencer Marketing Kampagne. Verschiedene Tools ermöglichen nach der Veröffentlichung die Kontrolle der Postings. So kann die Qualität der Kampagne sichergestellt und die Budget-Ausgaben überwacht werden. Reportings ermöglichen eine tiefgehendere Analyse auf Grundlage der Performance-Daten.

Experten-Tipp

Häufig arbeiten an einer Kampagne mehrere Personen, die teilweise keinen Zugriff auf die Software haben. Dann kann es hilfreich sein, den gesamten Kampagnen-Plan zum Teilen exportieren zu können.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Kampagnenplanung			
Die Influencer Marketing Software unterstützt die Kampagnen-Planung, in dem die Influencer:innen in Vorschlagslisten übernommen werden können.			
Die Vorschlagsliste kann gefiltert und automatisch als Excel-Tabelle exportiert werden , um auch Entscheidungsträger, die nicht die Software nutzen, an der Auswahl teilhaben zu lassen.			
Innerhalb der Vorschlagsliste können Influencer:innen mit einem Klick abgelehnt oder bestätigt werden. Die Entscheidung kann außerdem z.B. in Notizfeldern begründet werden.			
Ein umfassendes Kampagnen-Setup erleichtert das Erstellen von Kampagnen. U.a. mit Angaben zu Social-Media-Kanal, Ziel, Laufzeit, Budget, Briefing, Soll-Reichweite etc..			
Das Kampagnen-Setup kann an individuelle Anforderung angepasst und um weitere Custom Fields ergänzt werden.			
Die Kampagnen-Filterliste wird um ergänzte Custom-Fields automatisch erweitert.			
Ein Auftrags-Setup erleichtert die Planung der Posting pro Influencer. U.a. mit Angaben zur Posting Art, der Anzahl, des Datums und Budgetverteilung.			
Zu jedem Auftrag können Tracking-Links und Rabatt-Codes hinterlegt werden			
Das Auftrags-Set-Up kann an individuellen Anforderung angepasst um weitere Custom Fields ergänzt werden.			

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Es wird eine detaillierte Budget Planung mit automatischer TKP-Berechnung ermöglicht.			
Daten der Kampagnen-Planung können als Excel-Datei exportiert werden , um Außenstehende mit einzubinden.			
Qualitätssicherung			
Ein Post Crawler ermöglicht Markensicherheit und eine automatisierte Inhaltsprüfung .			
Beiträge , die vom Crawler nicht gefunden wurden, können manuell bei den jeweiligen Influencer:innen hinterlegt werden .			
Echtzeit Überwachung der Beiträge anhand wichtiger KPIs, wie Impressions, Kommentare, Likes und Engagementrate.			
Kampagnenverwaltung			
Die Kampagnen sind übersichtlich aufgelistet und sortiert.			
Eine Übersicht bietet Informationen zur Kampagne . Wie z.B zur Anzahl der beteiligten Influencer:innen, dem Zeitpunkt der letzten Aktualisierung oder der beteiligten Netzwerke.			
In der Übersicht werden Shortlinks passend zum Kampagnenstatus angeboten.			
Innerhalb der Kampagne können Kommentare und Bewertungen zu den Performances abgegeben werden.			
Es kann ein Verlauf geöffnet werden , der nachvollziehen lässt, wer wann an der Kampagne Änderungen vorgenommen hat.			

Kapitel 5

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Platz für eigene Kriterien			

Whitelisting bzw. Branded Content

Mithilfe von Paid-Media-Komponenten wird die Reichweite einer Kampagne über die Community der beteiligten Influencer:innen hinaus erweitert. Die Ads werden im Namen der Influencer:innen ausgesteuert. Die Software erleichtert das Verbinden der Influencer:innen-Accounts mit dem Werbekonto. Auch Pixeldaten sind im Sinne der Tracking-Optimierung integrierbar.

Experten-Tipp

Umso geringer der Aufwand für die Influencer:innen bei der Freigabe und Aussteuerung der Ads, desto mehr sind sie gewillt sich an Whitelisting-Kampagnen zu beteiligen.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Onboarding			
Die Influencer Marketing Software ermöglicht ein einfaches Onboarding-Verfahren der Influencer:innen , z.B. per automatisierte Mail.			
Ansprache an Influencer:innen im eigenen professionellen Unternehmens-Design .			
Für die Influencer:innen ist der Aufwand die Kooperation für Influencer Ads zu bestätigen sehr gering (z.B. nur ein Klick).			
Kampagnenplanung			
Die Influencer Marketing Software ist mit zertifizierten Partnern , wie Facebook oder YouTube verknüpft.			
Einfache und sichere Verknüpfung der Software mit einem Social Media Werbekonto.			
Ein einfaches und übersichtliches Anzeigen-Setup in der Software erleichtert das erstellen von Branded Content.			
Das Anzeigen-Setup beinhaltet alle relevanten Custom-Fields zur Erstellung von Branded Content.			
Es ist ein einfaches Hochladen des Contents möglich u.a. per Drag & Drop.			
Beim Aufsetzen von Branded Content können wichtige Targeting Funktionen , wie Geschlecht, Alte, Land/Stadt, Sprache und Interessen ausgewählt werden.			

Kapitel 6

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Kampagnenverwaltung			
Zugehörige Anzeigen können ebenfalls ohne großen Aufwand übersichtlich angezeigt werden.			
Querverweise ermöglichen es z.B. unkompliziert eine Anzeige hinzuzufügen oder die Kampagne zu bearbeiten bzw. zu löschen.			
Es kann ein Verlauf geöffnet werden , der nachvollziehen lässt, wer wann an der Kampagne Änderungen vorgenommen hat.			
Platz für eigene Kriterien			

Influencer Marketing Reporting und Daten

Egal, ob organische oder Whitelisting-Kampagnen, der Erfolg wird anhand relevanter KPIs gemessen. Das automatische Generieren von Reportings in der Software erleichtert die Kampagnen-Auswertung. Sichere und legale API Schnittstellen ermöglichen den einfachen Zugang zu Daten über Influencer:innen und Kampagnen.

Experten-Tipp

Daten bieten die Entscheidungsgrundlage deiner Aktivitäten. Stelle also sicher, dass die Daten über offizielle APIs generiert und regelmäßig aktualisiert werden.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Bereitstellung von Reportings			
Die Influencer Marketing Software macht organische Kampagnen messbar anhand automatisch generierter KPIs.			
Generieren von Whitelisting bzw. Branded Content Reportings in Influencer Marketing Software über API Schnittstelle.			
Reportings enthalten alle im Influencer Marketing relevanten KPIs wie u.a. Impression, Reichweite, Likes, Comments, CPC und CPM.			
Ein Dashboard bietet einen schnellen Überblick zu wichtigen Daten und Aktivitäten.			
Automatischer Export eines Kampagnen Reportings als whitelabel Excel- oder PowerPoint-Datei .			
Echtzeit Budgetüberwachung z.B. anhand des automatisch generierten CPM und CPE.			
Bereitstellung von Daten			
Die Influencer Marketing Software stellt Benchmarks bereit.			
Die Influencer Marketing Software stellt Marktforschungsdaten bereit, um die Chancen und Risiken im Markt zu erkennen.			
Der Datenschutz innerhalb einer Influencer Marketing Software wird DSGVO konform sicher gestellt.			
Verschiedene Nutzerinstanzen in der Software stellen sicher, dass die Daten nicht an ungewünschte Dritte geraten.			
Die Influencer Marketing Software nutzt offizielle API Schnittstellen von zertifizierten Partnern.			

Kapitel 7

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Platz für eigene Kriterien			

Software Implementierung und Konfiguration

Bei einer flexiblen Software haben Unternehmen die Wahl zwischen einer cloudbasierten Software und einem voll integrierten Managementsystem.

Konfigurationen innerhalb der Software machen es den Nutzer:innen möglich das System an eigene Bedürfnisse anzupassen und zu individualisieren. Ein Rechte- und Rollen-Management erleichtert das Koordinieren der Nutzer:innen in der Software.

Experten-Tipp

Software, die flexibel buchbare Module umfasst, kann mit dem eigenen Use-Case mit wachsen und integriert sich optimal in die eigenen Prozesse.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Software Implementierung			
Die Influencer Marketing Software ist cloudbasiert verfügbar und sofort einsatzbereit.			
Alternativ kann die Influencer Marketing Software auch in das eigene IT-System integriert werden.			
Indem einzelne Module der Software hinzugebucht werden können, eignet sich diese für verschiedene Unternehmensgrößen (Agentur, KMU, Konzern).			
Die Software weist einen hohen Grad an Individualisierbarkeit auf. Customer Fields können jederzeit flexibel hinzugefügt oder entfernt werden.			
Es handelt sich um eine White-Label Software, die an das individuelle CI angepasst werden kann.			
Es können eigene oder standard AGBs und Datenschutzbestimmungen verwendet werden.			
Recht- und Rollen-Management			
Durch ein umfassendes Rechte- und Rollen-Management ist das Software-System auf alle Nutzer:innen individuell anpassbar.			
Unterschiedliche Zugriffsrechte für die Nutzer:innen (Administrator, Mitarbeiter, Mitarbeiter lesend, Kunde).			
Zugangsberechtigungen können zeitlich terminiert werden.			
Die Anmeldung findet für alle Benutzer:innen über ein sicheres Anmeldeportal statt, das einen Benutzernamen und ein individuelles Passwort abfragt.			

Kapitel 8

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Recht- und Rollenmanagement			
Das Passwort kann jederzeit im eigenen Profil unkompliziert geändert werden.			
Die Software verfügt über eine Zwei-Faktor-Sicherheit.			
Die Software ermöglicht jederzeit ein (automatisches) Deaktivieren von Nutzer:innen.			
Platz für eigene Kriterien			

Software Usability und Support

Die Anwendung der Software wird vom System so unterstützt, dass den Nutzer:innen ein intuitives Arbeiten ermöglicht wird. Prozesse werden wesentlich vereinfacht und beschleunigt. Parallel unterstützt ein Support digital oder persönlich jederzeit bei auftretenden Fragen.

Experten-Tipp

Eine Test- und Demo-Version lassen deine Kolleg:innen schnell überprüfen, ob sie sich in der Software zurecht finden und gelernte Anwendungen wieder finden.

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Usability			
Eine übersichtliche Navigation bietet Orientierungshilfe in der Software.			
Short-Links und Querverweise in der Software beschleunigen die Arbeit.			
Drop-Downs helfen bei der Suche in der Such-Leiste.			
Hilfe-Token erklären Begrifflichkeiten in der Software.			
Die Software gibt Feedback über Fehler- oder Bestätigungsmeldungen.			
Support			
Den Nutzer:innen steht sowohl ein digitaler Support , als auch ein persönlicher Service zur Seite.			
Es wird eine zentrale Kontaktperson definiert, die mindestens in den Geschäftszeiten erreichbar ist.			
Die persönliche Kontaktperson ist per E-Mail, Telefon und/oder Chat erreichbar.			
Der Service bietet aktive Unterstützung während der Implementierung der Software.			
Der Service bietet aktive Unterstützung beim Konfigurieren von Daten.			
Der Service bietet aktive Unterstützung bei benutzerdefinierten Berichterstattungen.			
Der Service bietet aktive Unterstützung in der Planung und Umsetzung von Kampagnen.			
Der Service bietet aktive Unterstützung bei der Auswertung von Reportings.			

Kapitel 9

Kriterium	Anbieter A	Anbieter B	Anbieter C
Support			
Für Fragen wird eine allgemeine Support E-Mail Adresse zur Verfügung gestellt.			
Online werden Support FAQs für eine eigenständige Problem Recherche zur Verfügung gestellt.			
Innerhalb der Software wird ein Kurzlink zu einem Bug-Report zur Verfügung gestellt.			
Platz für eigene Kriterien			

Fazit

Egal, ob du das erste Mal Influencer Marketing Software im Unternehmen etablieren möchtest oder einen Wechsel vor hast, in der Basis ist entscheidend, dass du dir deinen Anforderungen bewusst bist. Mithilfe dieser Checkliste hast du eine Sammlung an Kriterien, die deine persönlichen Anforderungen ergänzen.

Plane genügend Zeit für den Entscheidungsprozess, die Implementierung sowie die Konfiguration einer Influencer Marketing Software ein.

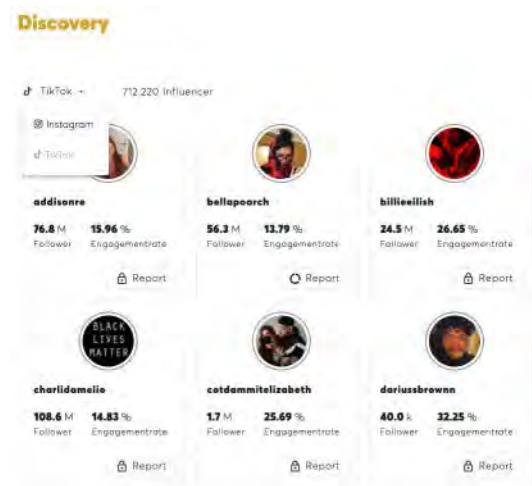
Die ideale Influencer Marketing Software erfüllt den Großteil deiner technischen Anforderungen. Neben dem technischen Schwerpunkt ist aber auch die menschenbezogene Komponente nicht zu unterschätzen. Geeignete Software zeichnet sich darin aus, dass die Ansprechpartner:innen daran interessiert sind, dir jederzeit vom Entscheidungsprozess über die Implementierung bis hin zur Anwendung zur Seite zu stehen.

Bei Fragen oder Anregungen freue ich mich auf eine E-Mail direkt an: jk@iroin.io.

Unsere Vision ist es, Influencer Marketing durch den Einsatz innovativer Technologie 100% transparent und skalierbar zu machen.

IROIN® ist die erste datengetriebene Influencer Marketing Suite am europäischen Markt. Sie deckt den gesamten Workflow im Influencer Marketing ab. Smarte Module vereinfachen und beschleunigen den Ablauf von der Planung bis zur Durchführung und Auswertung. Die IROIN® Influencer Marketing Suite verfügt über nachfolgende Module:

Mit dem **Discovery** Modul kannst du deine Influencer:innen auf Instagram und TikTok suchen, filtern und analysieren. Im **Portfolio** Modul werden deine Influencer:innen gebündelt, qualifiziert und verwaltet. Verbinde dich über **Influencer Connect** mit deinen Influencer:innen und synchronisiere wichtige Statistiken in Echtzeit mit deinem System. Mit dem **Campaigning** Modul kannst du deine Kampagnen planen, durchführen und auswerten. Booste deine Influencer Marketing Kampagne mit unseren **Influencer Ads**.



Wenn du die IROIN® Influencer Marketing Suite kennen lernen willst, dann vereinbare kostenlos und unverbindlich einen Termin mit einem unserer Berater.

[Termin vereinbaren](#)

+49 (0)361 3494945-0

hello@iroin.io

Hamburg

Holstentwiete 15
22763 Hamburg

Mailand

Via Genova Thaon di Revel 21
20159 Milano

Erfurt

Erich-Kästner-Strasse 1
99094 Erfurt

Berlin

Engeldamm 62-64b
10179 Berlin

Paris

56 Rue de Billancourt
92100 Boulogne-Billancourt