

 Influencer Marketing

Brand Awareness- und Verkaufssteigerung durch Micro-Influencer

CASE STUDY – BAGEL CORNER

 Skeepers

BAGELCORNER



Klient



Bagel Corner ist in Frankreich als BagelSpezialist bekannt.

Um die Besucherzahlen der Restaurant-Kette sowie die Sichtbarkeit der Marke zu steigern, arbeitet Bagel Corner mit Micro-Influencern auf sozialen Netzwerken zusammen.

Zu ihrem Erfolgsrezept gehört neben einer gut durchdachten Kampagnen-Strategie, die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung ihrer Influencer-Beziehungen.





19,1k Followers



INDUSTRY
Food



WEBSITE
www.bagelcorner.fr/en/



SKEEPERS CUSTOMER SINCE
2017



SKEEPERS PRODUCTS
Influencer Marketing



Kontext und Ziele



Eine präzise Definition der Zielgruppen-Kriterien

Bagel Corner besitzt bereits 55 Restaurants in Frankreich und Belgien und plant bis 2024 etwa 100 Restaurants in Europa zu eröffnen. Um dieses Ziel zu erreichen, führt die Marke regelmäßig Micro-Influencer Kampagnen auf der SKEEPERS Plattform durch. Hierbei arbeitet die Marke gezielt mit Influencern bestimmter Städte zusammen, um lokale Restaurants zu bewerben. In der Gastronomie haben sich diese "City Acquisition" Kampagnen als besonders relevante Taktik herauskristallisiert.



Kontext und Ziele

Eine präzise Definition der Zielgruppen-Kriterien

Bei den "City Acquisition " Kampagnen muss Bagel Corner sicherstellen, dass sich der Wohnort der Influencer mit dem geographischen Umkreis des Publikums deckt. Die geographischen Daten des Influencer-Publikums sowie dessen Qualität (Anteil echter Menschen , Mass -Follower , gekaufte Follower..) können direkt auf der SKEEPERS Plattform eingesehen werden. Hier können Marken u.a. auch die Engagement-Rate der Content Creator sehen, um sicherzugehen, dass sie aktiv mit ihrer Community interagieren. Micro- und NanoInfluencer haben zwar eine kleinere Followerschaft, pflegen jedoch eine enge Beziehung zu ihr, was sich in starken Engagement -Raten (über 2%) ausdrückt.



Ergebnisse



Skalierbare Langzeit-Strategie mit wertvoller Learning Curve

Um nachhaltig für die zahlreichen Restaurants und Menüs zu werben, setzt Bagel Corner auf der SKEEPERS Plattform eine Vielzahl von Kampagnen über das ganze Jahr um. Die Marke ist auf sämtlichen sozialen Netzwerken präsent, wobei sie sich besonders auf Instagram fokussiert.

Im 2. Jahr startete Bagel Corner 202 Kampagnen mit 351 Influencern und schaffte es, die durchschnittliche Engagement-Rate auf 3.44% zu steigern. Dank der strategischen Begleitung unseres ExpertenTeams und einer wertvollen Learning Curve durch regelmäßige und unbegrenzte Kampagnen, konnten anvisierte KPIs weiter gesteigert werden. Durch unterschiedliche Kampagnen-Konzepte (z.B. Gewinnspiele, Discount-Codes, Launch neuer Angebote) gelang es, die Influencer Communities noch stärker an die Marke zu binden. So konnte Bagel Corner Best Practices in Erfahrung bringen und effektiv skalieren.



CASE STUDY – BAGEL CORNER

Ergebnisse von Oktober 2017 bis Oktober 2018

185

Kampagnen

343

Publikationen

2.87%

Engagement-Rate

8M

Reichweite



Lösung



Der Aufbau eines loyalen Markenbotschafter-Netzwerkes

Um auf den Erfolg von Kampagnen aufzubauen, arbeitet Bagel Corner regelmäßig mit denselben Content Creators zusammen. Was sich bewährt hat, schafft Vertrauen und bildet die beste Grundlage für neue kreative Konzepte und Ideen.

Gute, langfristige Influencer-Beziehungen stärken das Marken-Image, die Community und Kundenbindung und somit die Verkaufszahlen. Ein offener, freundlicher Austausch macht die Zusammenarbeit nicht nur effektiver, sondern einfach auch angenehmer.



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

[Book a Demo](#)

