

 Influencer Marketing

Internationale Brand Awareness durch skalierbares Nano- & Micro-Influencer Marketing

CASE STUDY - GLIMYU | GION COSMETICS

 Skeepers

glimyu



Kunde



Unter dem Motto "Pure me. Pure Yu." hat sich die Marke der Mission verschrieben, Menschen dabei zu unterstützen, die beste Version von sich selbst sichtbar zu machen. Beruhend auf den Geheimnissen koreanischer Kosmetik, bietet glimyu eine komplette auf den europäischen Hauttyp optimierte Methode zur Reinigung, Erfrischung und Ernährung der Haut.

Glimyu ging erstmals im Januar 2019 auf den Markt und vertreibt ihre Skincare-Produkte mit ihrem eigenen Onlineshop sowie durch E-Commerce Partner, wie u.a. Zalando Beauty und Douglas.





3217 Followers



INDUSTRY

Beauty



WEBSITE

www.glimyu.com



SKEEPERS CUSTOMER SINCE

2019



SKEEPERS PRODUCTS

Influencer Marketing

Marc Peter Nellen,

Gründer

„Da wir die Bekanntheit von glimyu nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen europäischen Ländern steigern wollen, haben wir uns für ein Kampagnenmanagement auf der SKEEPERS Plattform entschieden“



Kontext und Ziele



Klare Zielgruppendefinition

Schritt Nummer Eins zur Umsetzung einer erfolgreichen Influencer-Marketingstrategie ist die klare Zielgruppendefinition. Die Marke hat ihre Produkte für junge, trendbewusste, zukunftsorientierte Go-Getter kreiert, die viel Wert auf ihre Beauty-Routine legen, aktuelle Trends auf Social Media stets mitverfolgen und sich dabei ihrer starken, wertebewussten Persönlichkeit treu bleiben.



Kontext und Ziele



Die eigene Online-Community

Um ihre Zielgruppe am effektivsten zu erreichen, hat sich glimyu dem Aufbau einer starken Social Media Community, insbesondere auf Instagram gewidmet. Als Erweiterung des markeneigenen GLIMBLOGs mit Skincare-Tips und K-Beauty Lifestyle-Themen, bietet die Präsenz auf zielgruppenspezifischen Social Media Kanälen ein wirksames Sprachrohr, um Nähe zu (Neu-) KundInnen zu schaffen und Vertrauen in ihre Produkte aufzubauen. Um die Reichweite und so die Bekanntheit der Marke zu steigern, setzte GlimYu vor dem Start ihrer Influencer-Kampagnen vorallem auf Instagram Ads.



Kriterien

Kriterien für das Match-Making

- Alter: 18 - 35 Jahre
- Geschlecht: weiblich
- Wohnort: Deutschland
- Interessensbereiche: Beauty, Mode oder Lifestyle
- ab 6.000 Follower / Kennenlern-Kampagnen ab 2.000 Follower
- Engagement-Rate >3%



Lösung



Glimyu erstellt auf der Influencer Marketing Plattform durchschnittlich **eine Kampagne pro Monat mit 5-30 Influencern**. Produktbeschreibungen und -Bilder sowie das Kampagnen-Briefing können hier direkt von passenden Influencern in ihrem personalisierten Shop eingesehen werden. Nach dem automatisierten Kriterien-Match-Making können sich interessierte Content Creator direkt auf die Kampagne bewerben.

Mit einer Reihe von **2-3 Kampagnen pro Land** baut die Marke nach und nach ihre internationale Präsenz aus und verweist in ihren Kampagnen-Briefings hierbei auf die Top-Vertriebspartner des jeweiligen Landes. Pro Kampagne können spezifische Influencer-Kriterien festgelegt werden, die in die Suchmaschine der Influencer Marketing Plattform eingespeist werden, um passende Profile zu identifizieren.



Ergebnisse



- Beobachtbarer Anstieg der Follower-Zahlen des @glimyu Instagram Accounts durch Influencer Kampagnen (trotz eines Anteils, der dem Account nach kurzer Zeit wieder entfolgt)
- Beobachtbarer Anstieg der Verkaufszahlen bei Verweis des Vertriebskanals im jeweiligen Land bei Kampagnen in verschiedenen europäischen Ländern
- Neben ihrer internationalen Verkaufsstrategie, spielt für die Start-Up in Zukunft auch die Integration von Social Media- und Retargeting-Ads eine zentrale Rolle, um im Zusammenhang mit Influencer Kampagnen die gesamte digitale Marketingstrategie zu optimieren. .



Ergebnisse der GlimBase - Set Kampagne Deutschland

2.61%

Durchschnittliche
Engagement-Rate

391

Kommentare

399.000

Potenzielle Reichweite
in Abonnenten

10.000

Likes



Ergebnisse der GlimBase - Set Kampagne Frankreich

3.18%

Durchschnittliche
Engagement-Rate

2500

Kommentare

397.000

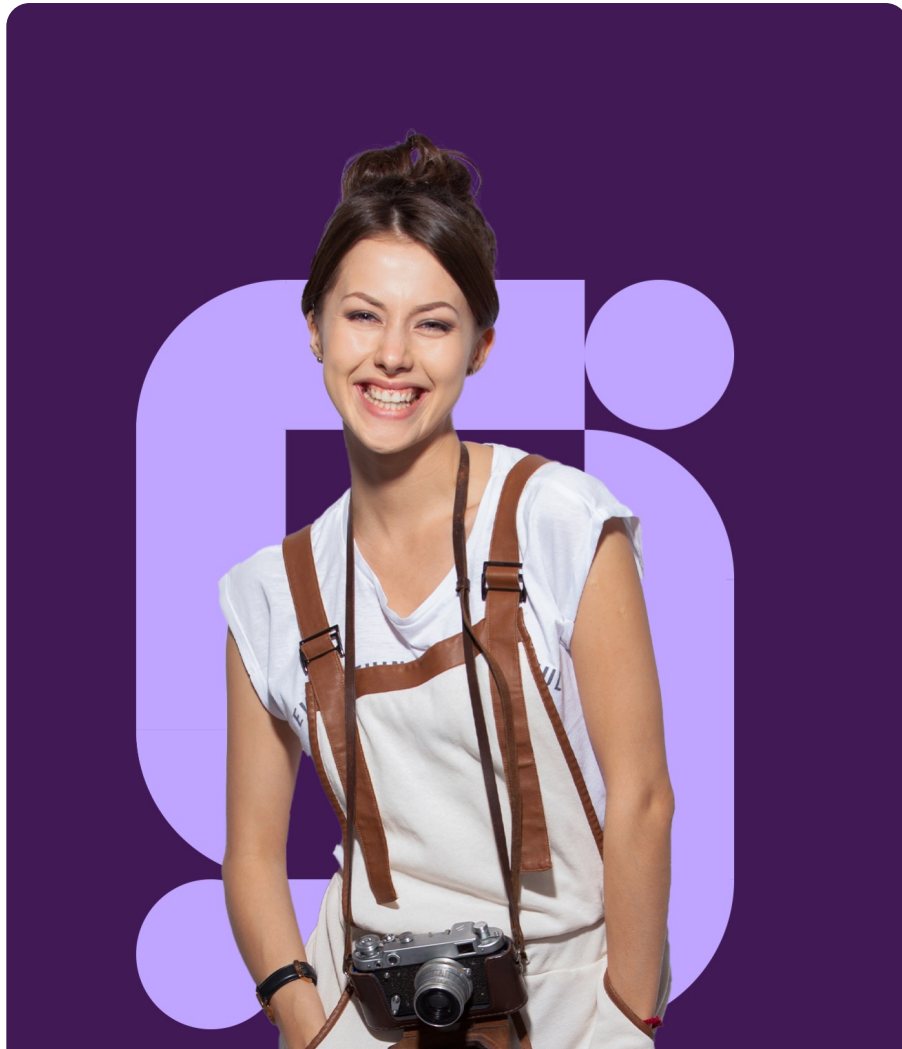
Potenzielle Reichweite
in Abonnenten

10.000

Likes



Fazit



Marc Peter Nellen,

Gründer

Wir haben nun einige Plattformen ausprobiert, um mit Micro-Influencern in Kontakt zu treten und Kampagnen umzusetzen. Skeepers ist die aus unserer Erfahrung beste Plattform für die ressourcen- und zeitsparende Umsetzung von Micro-Influencer-Kampagnen im deutschsprachigen Raum und einem Großteil von Europa.

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

[Book a Demo](#)

