



Influencer* PR 101

Waar begin je als je wilt starten om influencers in te zetten voor je merk, product of expertise? Wij zetten de basisbeginselen voor je op een rij, want zonder goede voorbereiding krijg je geen goed resultaat.

Waar we het woord influencers gebruiken, bedoelen we alle content creators: bloggers, vloggers, YouTubers, Instagrammers, special interest creators, podcastmakers etc.

Wat is Influencer PR

Influencer PR is een effectieve tool in je PR-campagne. 'Je zet influencers in om je merk/expertise of product onder de aandacht te brengen van hun volgers met als doel je naamsbekendheid of sales te vergroten.' Dit kan door je product toe te sturen, een samenwerking op te zetten door bijvoorbeeld een interview, of hen uit te nodigen voor je event etc.

Nederlands influencer landschap

Nederland is zeer ontwikkeld op het gebied van influencers. Ze weten heel goed wat hun waarde is en er zijn tal van influencer agencies die hun belangen behartigen. Het grote voordeel van een ontwikkeld influencer landschap is dat er op ieder gebied wel een influencer te vinden is, dus ook voor jouw niche.

Soorten Influencers en engagement

Het influencerlandschap is verdeeld in 4 niveaus.

- Macro Influencers: meer dan 500.000 volgers
- Meso Influencers: meer dan 100.000 volgers
- Micro Influencers: meer dan 50.000 volgers
- Nano Influencers: meer dan 10.000 volgers.

Engagement

Hoe betrokken de volgers van een influencer zijn wordt aangegeven met engagement. Dit is het aantal views, likes en comments bij elkaar opgeteld, gedeeld door het aantal volgers. Een influencer is het overwegen waard wanneer 10% of meer van het aantal volgers reageert. Macro en Meso influencers hebben over het algemeen een lagere engagement dan Micro en Nano influencers.

Wetgeving

Afgelopen jaren heeft het influencer landschap een vlucht genomen. Door de razendsnelle ontwikkeling heerste er veel onduidelijkheid wat wel en niet mocht. Daarom zijn er sinds 1 juli 2022 voorschriften opgesteld waar alle partijen zich aan moeten houden bij het maken van reclame op social media. Deze zijn vastgelegd in de Reclamecode Social Media en Influencer Marketing door de Reclame Code Commissie.

De belangrijkste regels zijn: geef aan als je reclame maakt en houd rekening met minderjarigen. Deze regels gelden voor influencers met minimaal 500.000 volgers, die betaalde samenwerkingen opzetten en minimaal 24 video's in 12 maanden plaatsen op hun social media kanalen en verdienen aan hun content. Het is anders dan op televisie want de mediawet maakt wel onderscheid tussen reclame, sponsoring en product placement.

Deze wetgeving is voor de grootste influencers, zij kunnen een boete krijgen voor het negeren van de voorschriften. Meso, micro en nano influencers dienen ook kenbaar te maken als ze iets ontvangen of betaald krijgen om een product aan te prijzen door een # te gebruiken, bijvoorbeeld #spon #gifted #ad. Het is (nog niet) verplicht, maar zorgt wel voor een transparante communicatie met hun volgers. Op de website www.influencerregels.com vind je meer informatie over de wetgeving.

Nu je weet hoe het zit met het landschap en de wetgeving kun je bijna aan de slag gaan met Influencer PR en nodigen we je uit om de media memo **Influencer* PR 8 PR Pro-tips** te lezen.

Wil je meer leren? In onze [Online Training Moeiteloos in de Media](#) leren we je alle kneepjes van het vak om zelf een supersuccesvolle PR-campagne op te zetten met alle beschikbare tools die er zijn om jouw verhaal te vertellen en verbinding te maken met je ideale klant, zodat deze jou weet te vinden, je de concurrentie voorbij streeft en jij als expert of je merk de spotlight krijgt die het verdient.

Anna Maria en Marieke