

# Inmix

Inmix er en marketing bureau, som er specialiseret i Mikro influencer marketing, hvor de har over administrer kampagner for mere end 2.000 influencers.

CASE: Udarbejd en markedsanalyse og afdæk perceptionen af influencer marketing blandt virksomheder samt udvikl en kommunikationsstrategi med fokus på værdiskabelse og leadsgenerering.

## OVERBLIK

Virksomhed	Inmix aps
Lokation	Nansensgade 19, 4. sal 1366 København K
Kontaktperson	Frederik Nikolai Kruchov

## CASEBESKRIVELSE

Inmix blev startet tilbage i 2018, af Frederik og hans to partnere. På daværende tidspunkt var influencer marketing en trend som primært var aktiv på de udenlandske markeder, men endnu ikke var slået igennem på det danske marked. De tre iværksættere satte sig for at introducere de nye muligheder til de danske virksomheder. Da de startede, var det lav budgets kampagner til virksomheder i deres netværk, men det har siden hen vokset til nu at omfatte nogle af de største kæder i herhjemme, som blandt andet Elgiganten.

Influencer marketing har været igennem en lang udviklingsproces fra det tidligste brug af reklame, som Coca cola og deres signatur røde og hvide farver på forskellige produkter, f.eks. julemanden. Til anden generation hvor virksomheder begyndte at benytte sig af kendte personligheders popularitet til at promovere produkter og services, ved at sætte deres ansigt på selve produktet eller sætte dem i forbindelse med en konkret reklame.

Influencer marketing er nu gået over i sin tredje fase, hvor man ikke længere behøves at rigge mod store marketingsindsatser eller de mest populære skuespillere og sportsstjerner for at kunne påvirke ens målgruppe. Med de sociale medier blev det muligt for alle og en hver, at dele historier og billeder, om lige nøjagtig deres passion eller så simple ting som deres dagligdag.

Til at starte med var det kun de store om kendte influencere, som virksomhederne så værdi i. Dette er derimod ved at vende, hvor micro influencere med 1.000-10.000 følgere ofte har et skarpere profilsegment, som er dannet af deres fokus og geografiske udgangspunkt. Det vil med andre ord sige at en micro influencer's kommunikation rammer det tiltænkte segment bedre end dem med mange følgere, og betalingen er ofte i form af produkter i stedet for kontanter.

Der er på nuværende tidspunkt få spillere på markedet, som har fokus på micro influencerne, og det er derfor en gylden mulighed for Inmix at sikre sig en stærk position på markedet. Udfordringen på markedet er at virksomhederne ikke har et stort kendskab til mulighederne ved brugen af micro influencerne, og at det ikke bare er de store virksomheder, som kan bruge det, men faktisk den lokale tøj- eller blomsterbutik som kan øge kendskabet lokalt.

Det er op til teamet at finde frem til hvad de forskellige brancher tænker om influencer marketing, samt hvor deres bekymringer er i forhold til at hoppe op i en ny form for markedsføring. Dette skal laves om til en konkret markedsføringsstrategi til virksomhederne, som talent teamet kommer til at udvikle og efterfølgende udfører.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

### 1. Fase: Onboarding forløb i arbejdsprocesser.

De første dage hos inmix vil blive brugt på at blive sat ind i influencer marketing og deres arbejdsproces. Det er vigtigt at teamet får en grundlæggende viden, så det kan bruges i analysedelen.

### 2. Fase: Markedsanalyse af virksomheders brug af influencer marketing.

(\*Fokus vil være på større virksomheder.)

#### 2.1. Kortlægning potentielle brancher

- Vigtig indtænk brancher, som ikke gør brug af influencere endnu

#### 2.2. Kortlægning af up-coming brancher

- Benyt jer af internationale SoMe profiler, platforme og rapporter, til at skabe jer et overblik over hvilke branche, som er på vej frem i udlandet.

#### 2.3. Rangere brancherne ud fra deres potentiale for influencer marketing.

#### 2.4. Fortag kvalitative interviews af de listede brancher

Interview guiden skal som minimum give svar på:

- Hvilke marketingsindsatser gør virksomheden brug af
- Hvilke krav stiller de til marketingstiltag
- Har du gjort brug af influencer marketing
- Hvilke informationer søger de før samarbejde med mediebyureau

### 3. Udarbejd en Marketingsstrategi

Strategien skal indeholde konkrete arbejdsopgaver, for hvordan Inmix får flere leads.

### 4. Fase: Opsætning af Inmix hjemmeside og platforme

#### 4.1. Opdatering af hjemmeside

- Visuel opdatering
- SEO
- Tilføj ekstra features

#### 4.2. Udvikling af grafisk materiale til formidling

- Eks. Animation (forklaring af influencer marketing)

#### 4.3. Udarbejd Marketing funnels

#### 4.4. Opdatering af LinkedIn platform

#### 4.5. Opdatering af Google My business

#### 4.6. Producer konkret Content ud fra den udarbejdet strategi

### 5. Fase: Igangsæt influencer Kampagner

Denne fase for man overdrovet ansvaret for en influencer kampagne, hvor man får til opgave at tage kampagne fra start til slut, med vejledning af de fastansatte.

#### 5.1. Udarbejdelse af konkret kampagne og guides

#### 5.2. Find og udvælg potentielle influencere

#### 5.3. Kontakt og indgå aftaler med influencere

#### 5.4. Planlægning og eksekvering af kampagne

#### 5.5. Opfølgning og afslutning af kampagne



## ØNSKET UDBYTTÉ FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Udarbejdet markedsanalyse for store virksomheder.
- ✓ Opdaterede hjemmeside og SoMe platforme.
- ✓ Udarbejdelse af konkret content.
- ✓ Gennemførelse af influencer kampagner.

## RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Marketing, Kvalitativ analyse, Journalistik, Salg, Forretningudvikling, Grafiker, Web design, Webkommunikation, SEO, Content-creator, Kommunikation

## TALENTPROFIL

Som talent hos Inmix vil med blivet en del af et ung team med masser af god energi og højt humør. Så er blivet lavet en masse sjov på kontoret, men samtidig top professionelt når der er behov for det.

For Inmix er det ikke nødvendigvis det, at man besidder den rette fagprofil som gør en til det rette talent for dem. Det er mere at man har lysten og motivationen til at arbejde med hele processen influencer marketing, så går fra at snakke med virksomheder til at finde influencere og projektstyre kampagnerne. Det vil være en fordel hvis man kommer med erfaringer som enten influencer, skrevet spicalet om emnet eller beskæftiget sig med det i en tidligere stilling.

Inmix er en del af et kontorfælleskab bestående af forskellige inværsætter virksomheder, der er derfor vigtig at man er klar på at skulle omgås andre virksomheder, og kunne klare at der sker en masse andre ting rundt om en. Derudover ser de gerne at man har lyst til at være en del af fælleskabet og er klar på at netværke og deltage i de sociale events der er på kontoret.