

C
U
B
E

People
based
marketing.





**Let us
introduce
ourselves!**

Pernille C. Lotus

SELVSTÆNDIG I 14 ÅR

INFLUENCER MARKETING EKSPERT

CEO CUBE DK & TOPLEDELSE I SYNCRO



KONKURS & ÆRLIGHED

TOP 20 AF LINKEDIN INFLUENCERS

MOR TIL TO

SOLGT

Til Syncro Group

Firsdag 30.11.2021

LOG INN eller KØB ABONNEMENT

Berlingske



NYHEDER

OPINION

BUSINESS

AOK



C25 | K 164,35 -0,33% ▼ CARLSBERG B 1.021,00 -3,95% ▼ NOVO NORDISK B 715,60 -0,01% ▼ ISS 118,00 -1,63% ▼ SIMCORP 669,40 -1,93% ▼ FLSMIDTH & CO. 222,60 0,41% ▲ COLOPLAST B 1.075,50

VIRKSOMHEDER

Danske influencere sælger deres værk for tocifret millionbeløb

Pernille Lotus og hendes samarbejdspartner Rasmus »Lakserytteren« Kolbe sælger WeAreCube til svensk køber.



What we do

Our expertise lies within all types of marketing, centered around people

- ✓ Strategi & kreative koncepter
- ✓ Projekt management
- ✓ Reporting & optimering
- ✓ Profile scouting
- ✓ Video production
- ✓ Live shopping
- ✓ Paid social advertising
- ✓ Event & seeding



Full service agency

Vi supporterer kunder med alt fra mindre kampagne drops til længerevarende rammeaftaler, hvor vi er som "trusted advisor" på strategi, eksekvering og optimering.

Technical platform

Collabs "Google for Influencer marketing!"
Adgang til AI og data ift mapping af content creators, projektledelse, briefing, kampagne optimering, KPI og tracking af ROI.

Cross channels

Vi sørger for at integrere din PBM strategi med din overordnede marketing strategi. Således optimerer du brugen af influencers på tværs af alle kanaler og rammer din målgruppe.

Global scale

Igenem SaaS platformen Collabs og vores erfaring fra 9 års kampagner, er vi nu i stand til at skalere op og kan hjælpe dig med at ramme din målgruppe på tværs af Europa.

People based marketing

Influencer Marketing - dette er ikke et nyt begreb! Historiefortællinger rundt om bålet for hundrevis af år siden, over en 1664 Blanc på festivalen i sommer eller på kontoret over frokosten i går, om netop **det nye produkt du gladeligt har erhvervet dig...**

Muligheden for at hægte dit brand på indflydelsesrige personer er ikke ny, men måden, hvorpå du nu kan arbejde på en overordnet strategi, for at få disse placeret som en mere **central del af din kommunikation, er!**

Vi bistår de største brands i norden på netop disse parametre :-)

We call it **People Based Marketing!**



The Global Market

11 %

Af danskernes totale
medieforbrug
Er på sociale medier

DR's medierapport 2021

93 %

Af millennials stoler
Mere på influencers
End på reklamer

World Federation of Advertisers

\$16.4 milliarder

Business opportunity globally

Global influencer marketing spend 2022

(*Influencer Marketing Hub)

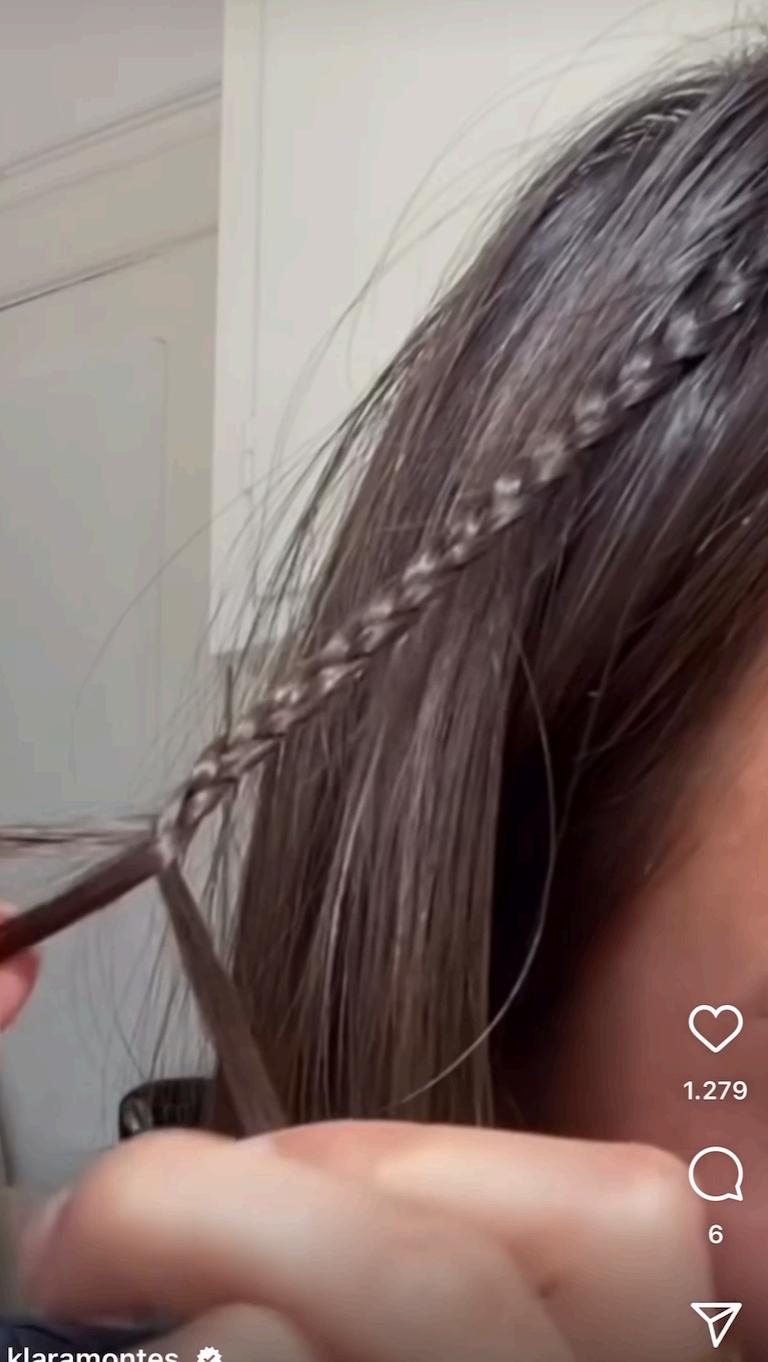
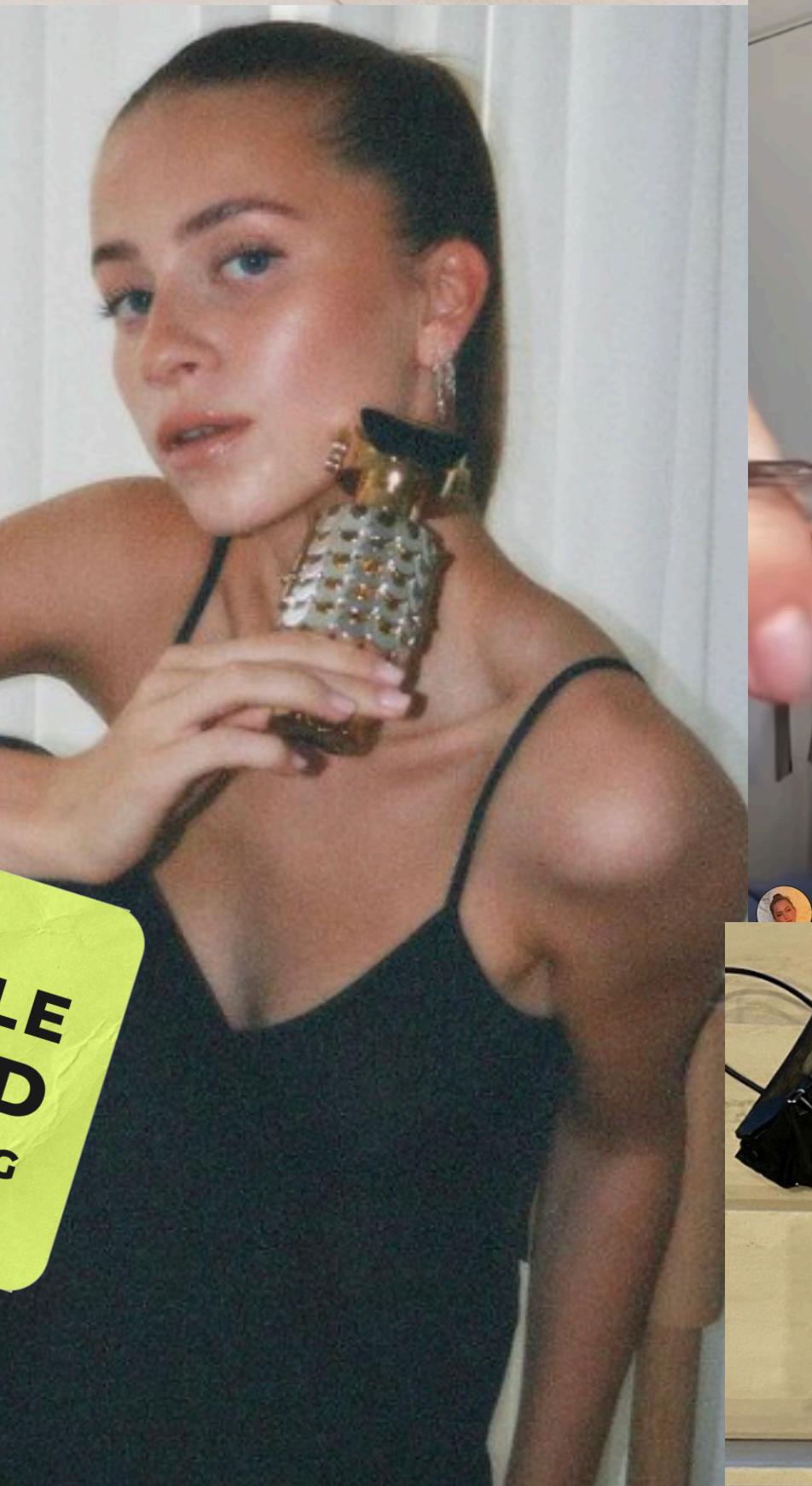
???

What about you ...



8 Quickies & Fakta

1. Brands engager: IG (79%) FB (50%) TT (46%) YT (44%)
2. Google siger: Gen Z anvender IG og TT som search tool
3. Mikro og Mid-level influencers kommer på planen
4. Cross-channel: 4.8, nu 8.4 SoMe platform pr. person
5. Tech & AI: vil spille en større rolle, trends og dialog
6. 60%: Influencer content performer bedre
7. 4/5 anvender IG til deres IM kampagner
8. 18-24 år: +50% kigger på SoMe først & sidst



6 Trends in People Based Marketing

WE ARE CUBE

1. Influencers are Brands

Print og TV taber flere og flere seere til div SoMe kanaler, derfor bliver I nød til at flytte marketingbudgetterne derhen hvor I rammer målgruppen!

Influencers bliver nu anset som **valid kilde** til at inspirere til følgernes **næste køb** og derfor er der flere og flere brands som vælger at allokerere direkte budget til IM aktivering. MEN i og med at influencers er unikke og derfor svære at erstatte hvis de bliver signet til en konkurrent og eller bliver udsolgt "airtime".

Mange influencers starter nu deres egne brands og har derfor mindre plads til udefrakommende kommercielle samarbejder.

Ved at identificere en eller flere mulige influencers hvor der er et ægte **brandmatch**, giver det mening at skabe rammerne for et ambassadørsamarbejde over en længere periode, der sikrer plads til samarbejdet, **bedre priser og et mere naturligt flow** mellem dig og influencerens følgere - modtagerne af dine produkter.





CAIA Cosmetics

Founded af influencer Bianca Ingrosso i 2018. På blot et år solgte de mere end 600.000 produkter fordelt på 30 lande og fordoblede deres omsætning til +120 MSEK. Drevet influencer kampagner som leder til ecommerce salg. 2021 forventet +147 MSEK på bunden.

Trainspotter Francis

Et “match made in heaven or?” TT og IG stjernen Francis er blevet kendt for at rejse verden rundt og spotte toge. Hans passion for toge og udeliv, krydret med hans excentriske og glade sind, gjorde ham til et unikt match for The Northface X Gucci collab. Der er nu lavet en 2'er “living the dream as a train conductor.”

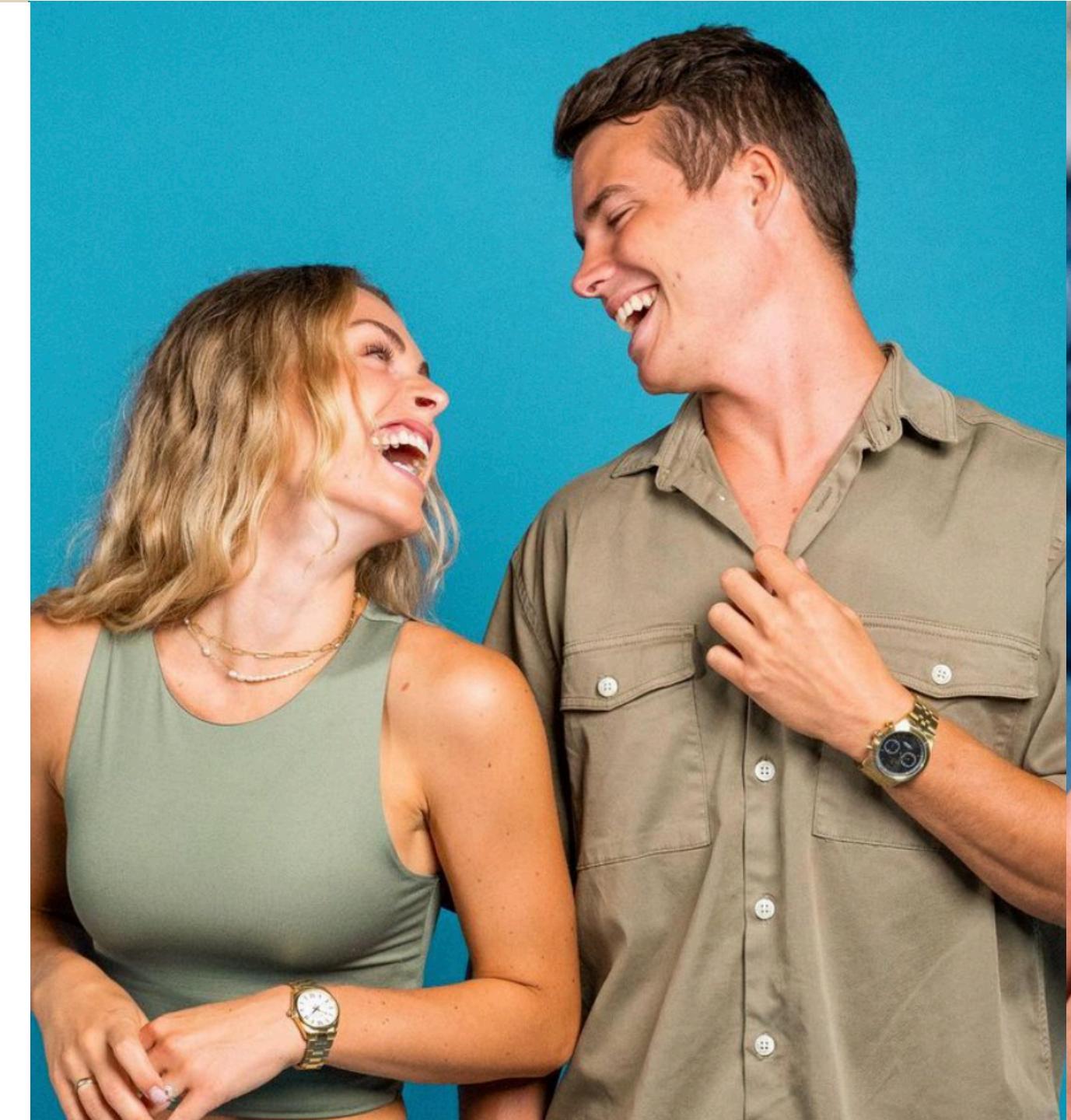


Made to
make you
feel like you



Design by Shultz

Dk YouTube par “Jas & Mika” har netop lanceret deres nye ur og smykke kollektion videoen hvor de viser deres 16 forskellige items har netop fået over 75.000 visninger på under 48 timer.
I samarbejde med [ditur.dk](#).



Flow Underwear

Dk influencer og tidligere radio host Cathrine Wichmann har startet hendes eget undertøjs brand, Flow Intimates

Case Planet Nusa



PEOPLE BASED M
CUBE BE



Influencer collab

Planet Nusa

Det at skabe et så succesfuld design-collab mellem to så elsket "brands" kræver vision, mod og eksekverings-mode! For os at se er matchet mellem Emilie Malou og Planet Nusa endnu et brilliant eksempel på en solid case. CUBE assisterede på processen mellem disse to kreative pionerer ved at frame det rette talent, planlægge den rette Influencerstrategi, udforske trends og eksekveringen af den rette SoMe strategi til at promovere dette design-collab.

Kollektionen Emilie Malou x Planet Nusa blev udsolgt på få timer og opnåede et utrolig højt engagement på begge parters SoMe kanaler. Vi arbejder i skrivende stund på flere design-collabs for Nusa, som nu baserer deres primære kollektioner båret af Influencers kun.

Og selvfølgelig alt imens vi har Nusa-tights på.

Opskriften på hvordan du bliver udsolgt på 4 timer.



25,000+
INTERACTIONS

136%
REACH RATE

850,000
IMPRESSIONS

11%
ENG.RATE

What we did

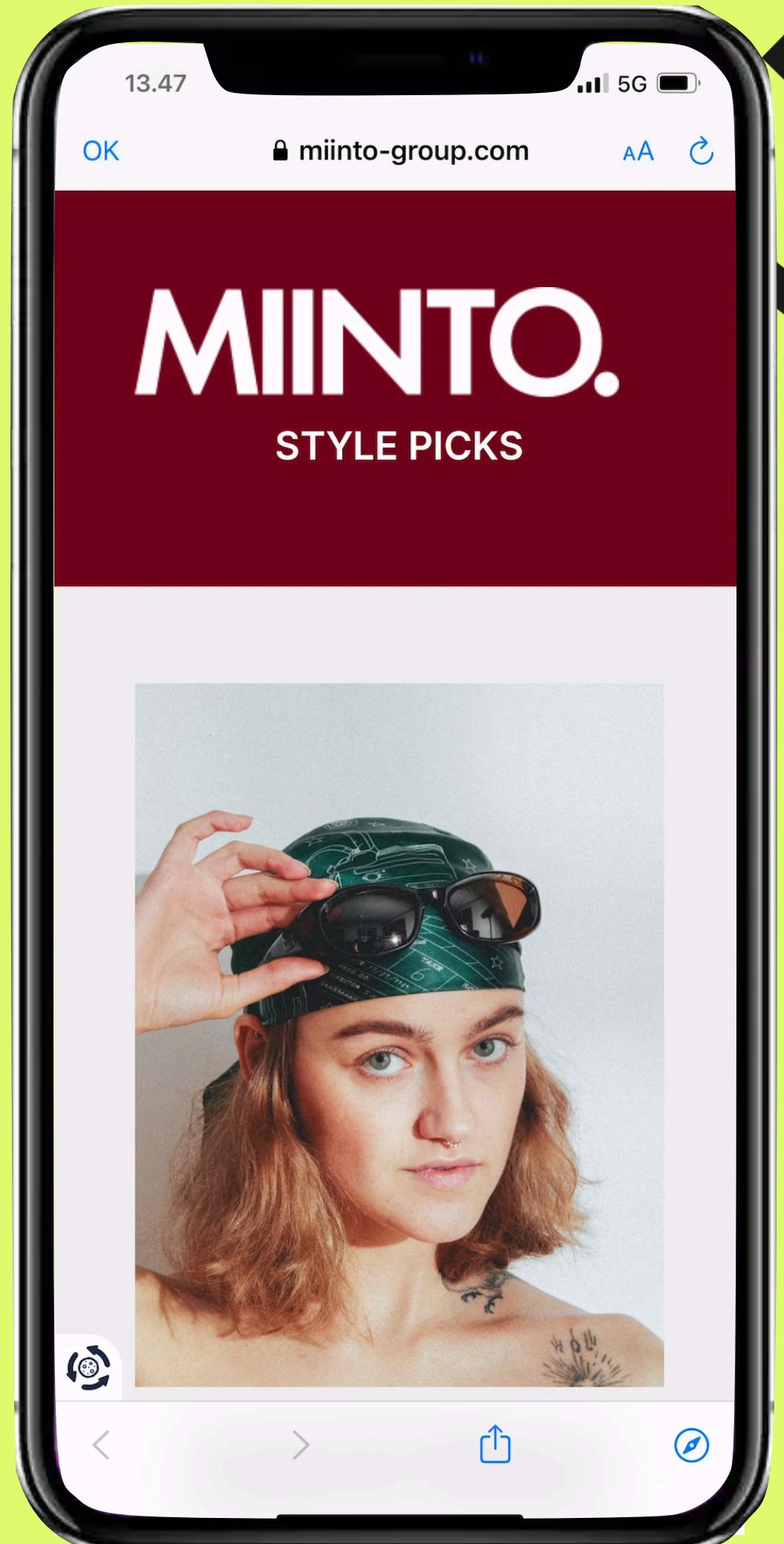
- Profile scouting
- Content strategy
- Project management
- Long Term Relations

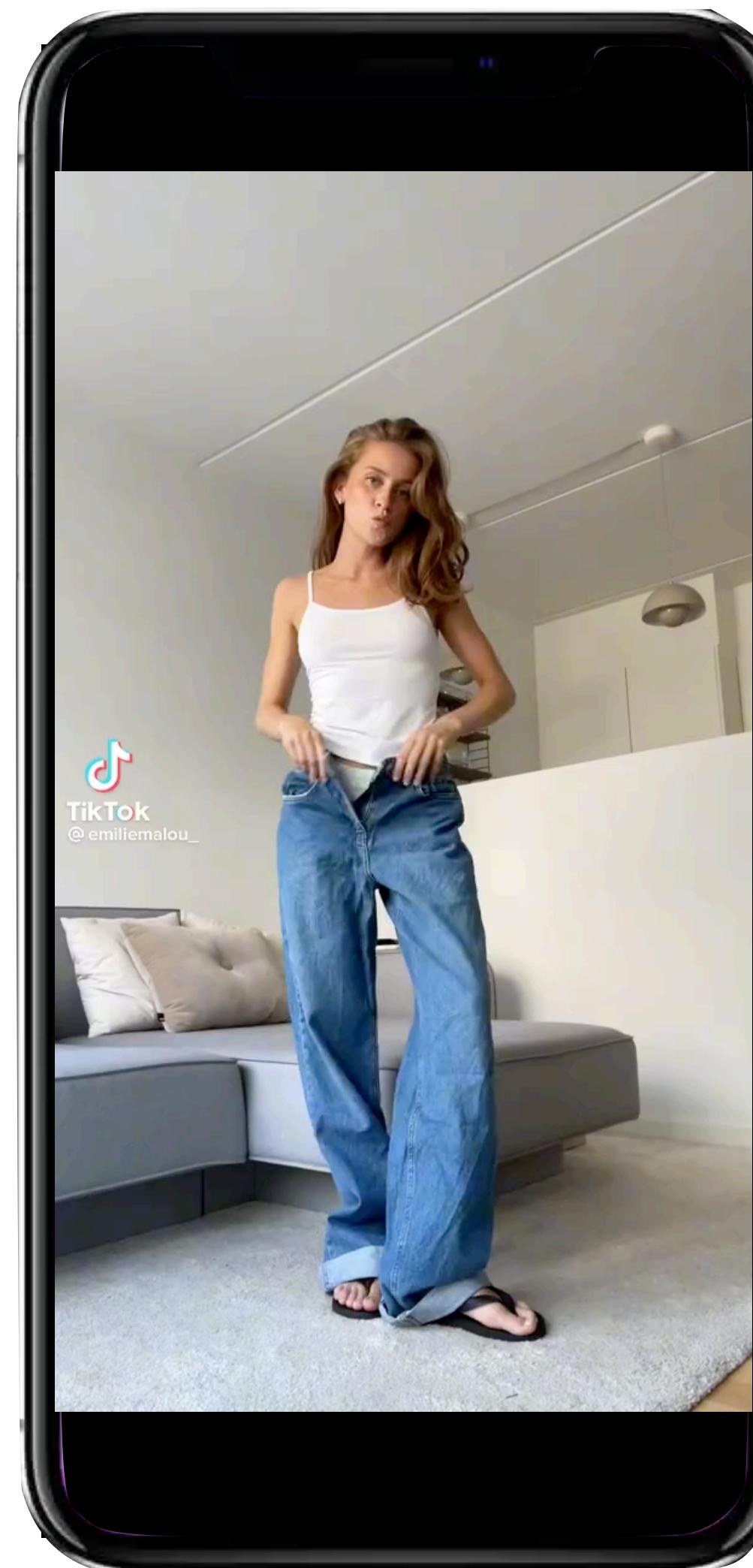
2. Creators say NO!

Influencers har haft et ry for at være **“sell-outs”** over de seneste år. Det har dog ændret sig markant bare dette år, nu siger de nemlig **“Nej” til kampagner og brands** som ikke matcher deres image.

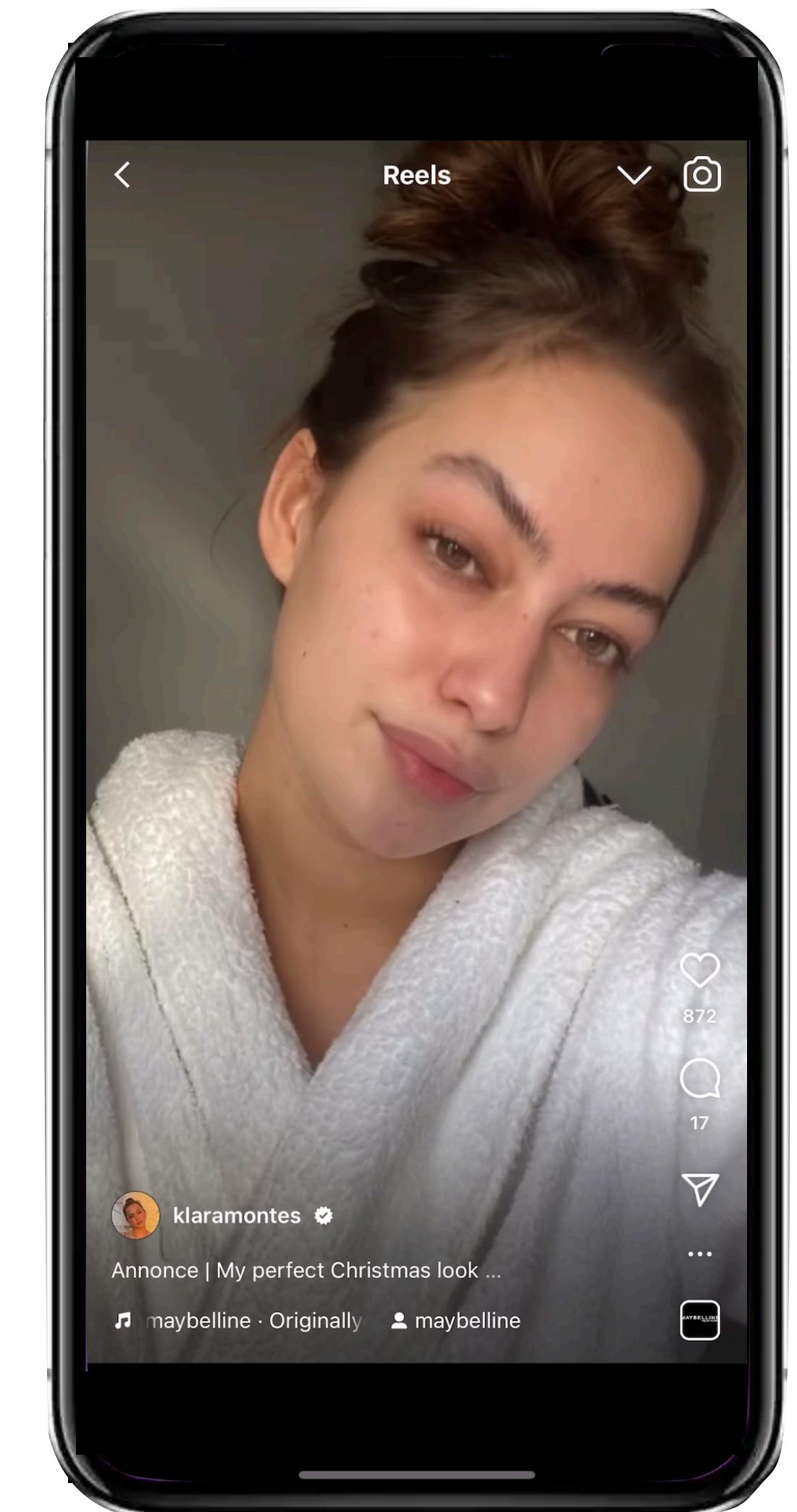
Creators kigger sig om efter originalt, autentisk, kreative og innovative collaborations og bevæger sig langt væk fra 1 post 1 story samarbejderne.

Hvordan kan du som brand tiltrække netop de influencers som **matcher dine værdier** og derigennem skabe det **ægte samarbejde**, der får det effektfulde magiske content spredt som en steppebrand på SoMe?





@EmilieMalou



@KlaraMontez

3. Content for you

Måske har du allerede et godt **reach på dine SoMe kanaler**? Men **engager** følgerne også med dit content? Og anvender du det materiale som er skudt med modeller fra et andet land og matcher det kulturen hvor du er synlig?

Sørg for at få **ekstra content** når du samarbejder med content creators.



People
based
marketing.

Case Mini

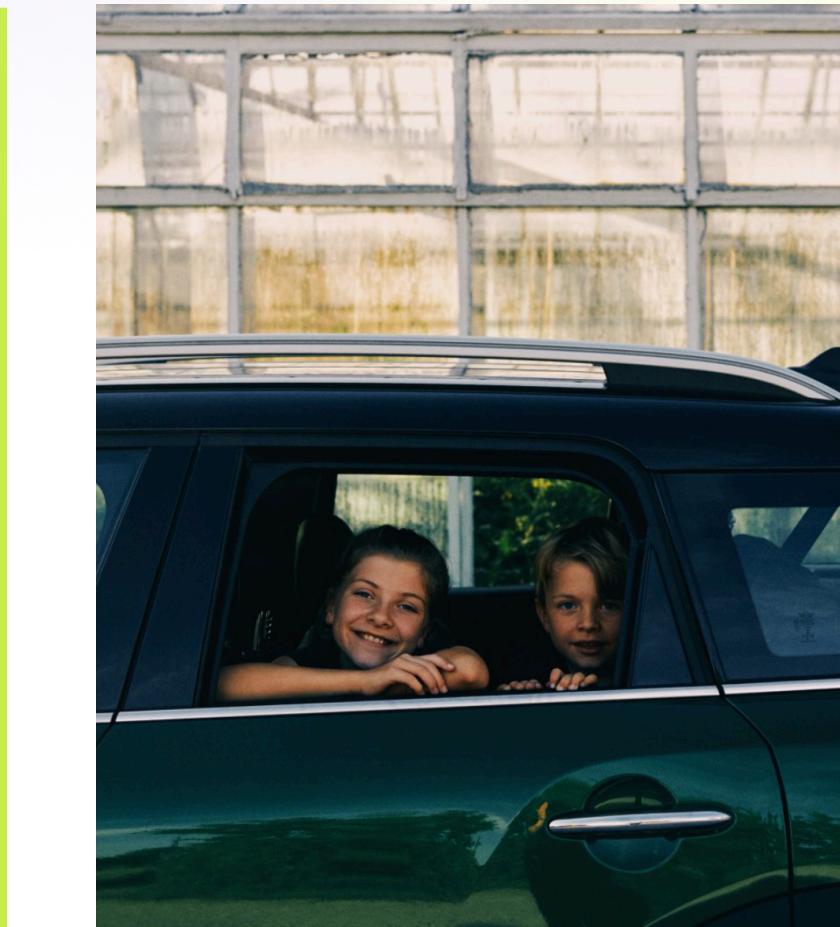
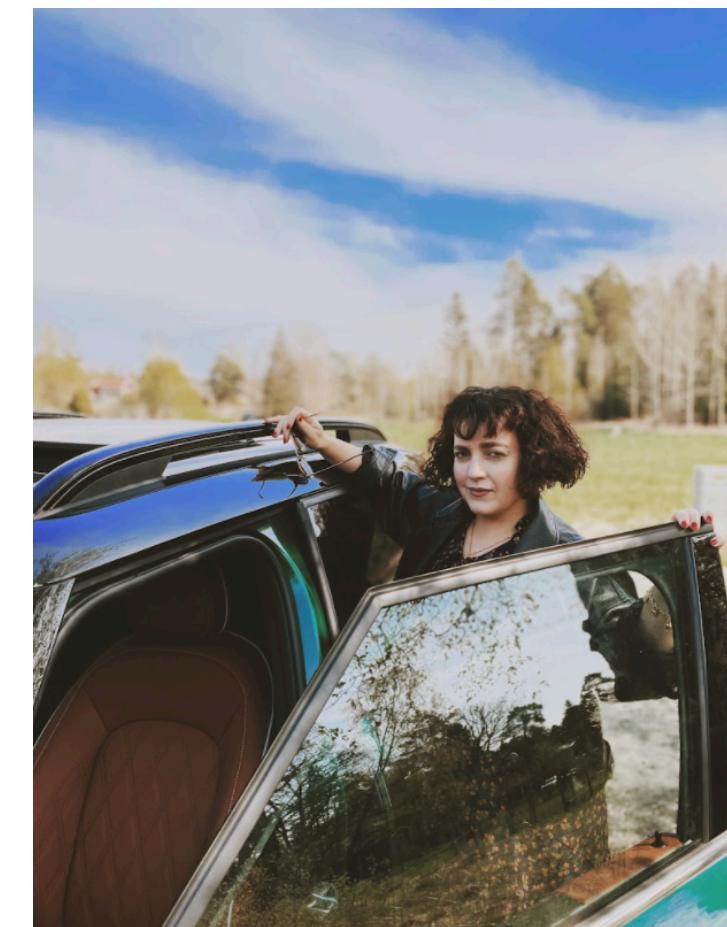


Yearly Strategy

Profile selection based on:

Brand match - Relevance - Association - Quality - Reach

Mini



Nordic influencer campaigns

Unikke hero influencers som ikke nødvendigvis har det største reach, men det **rette brandmatch** og de rette følgere.
Ydermere vigtigt at finde de rette eksperter når det kommer til at skabe **aestetisk content**.

Always on Social PR

Et dedikeret team til at håndtere **on-going** kommunikation med udvalgte hero influencers, eksekvere på kampagneplan og ikke mindst til at seede biler til både mega, makro og mikro influencers. .

Event & PR Production

For at styrke hele influencer kampagnen og ikke mindst for at tage **online ud i irl-sfæren**, styrkede vi samarbejdet med en Event & PR strategi. Flere events blev afholdt årene igennem hostet af hero influencers.

Paid social reach

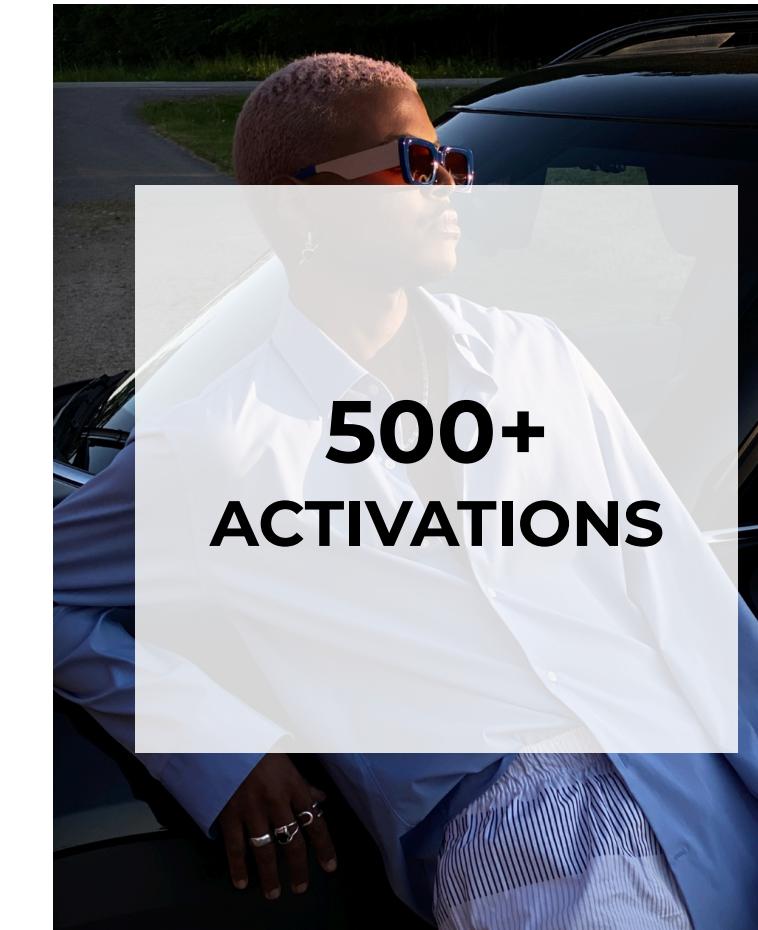
En stor del af content blev anvendt til en Paid Social strategi, hvor vi hjalp MINI med at **nå den målgruppe** som ikke lå indenfor rækkevidde af det organiske SoMe content. Paid Social skulle primært drive trafik til MINI's website.





SUMMARY**Mini**

Vi er nu på 3. års samarbejde med MINI og resultatet er tusindvis af stykker content og et succesfuldt reach af målgruppen på tværs af Sverige, Norge og Danmark.

**What we do**

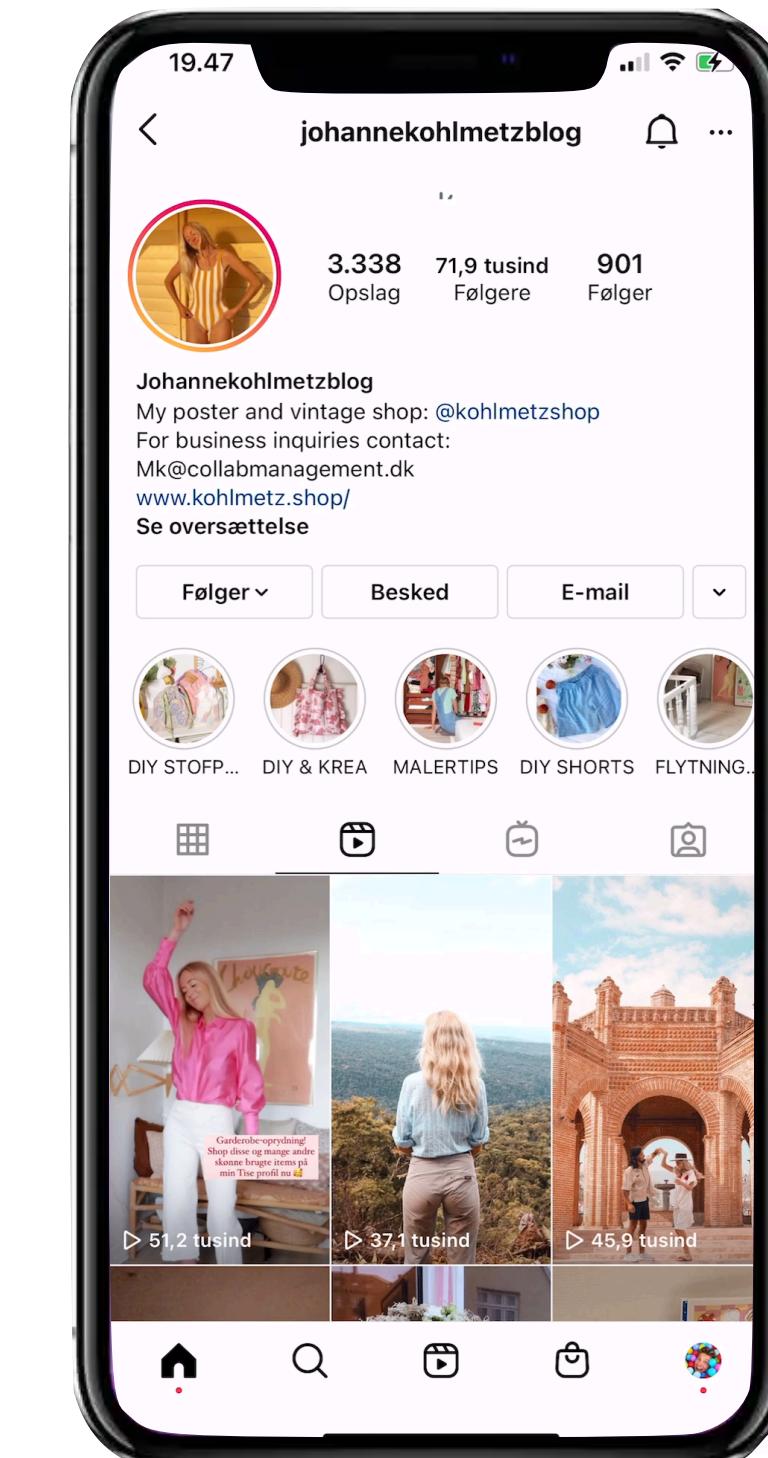
- Nordic based profile strategy
- Event & seeding
- Content production
- Project management

4. Vertical video wins

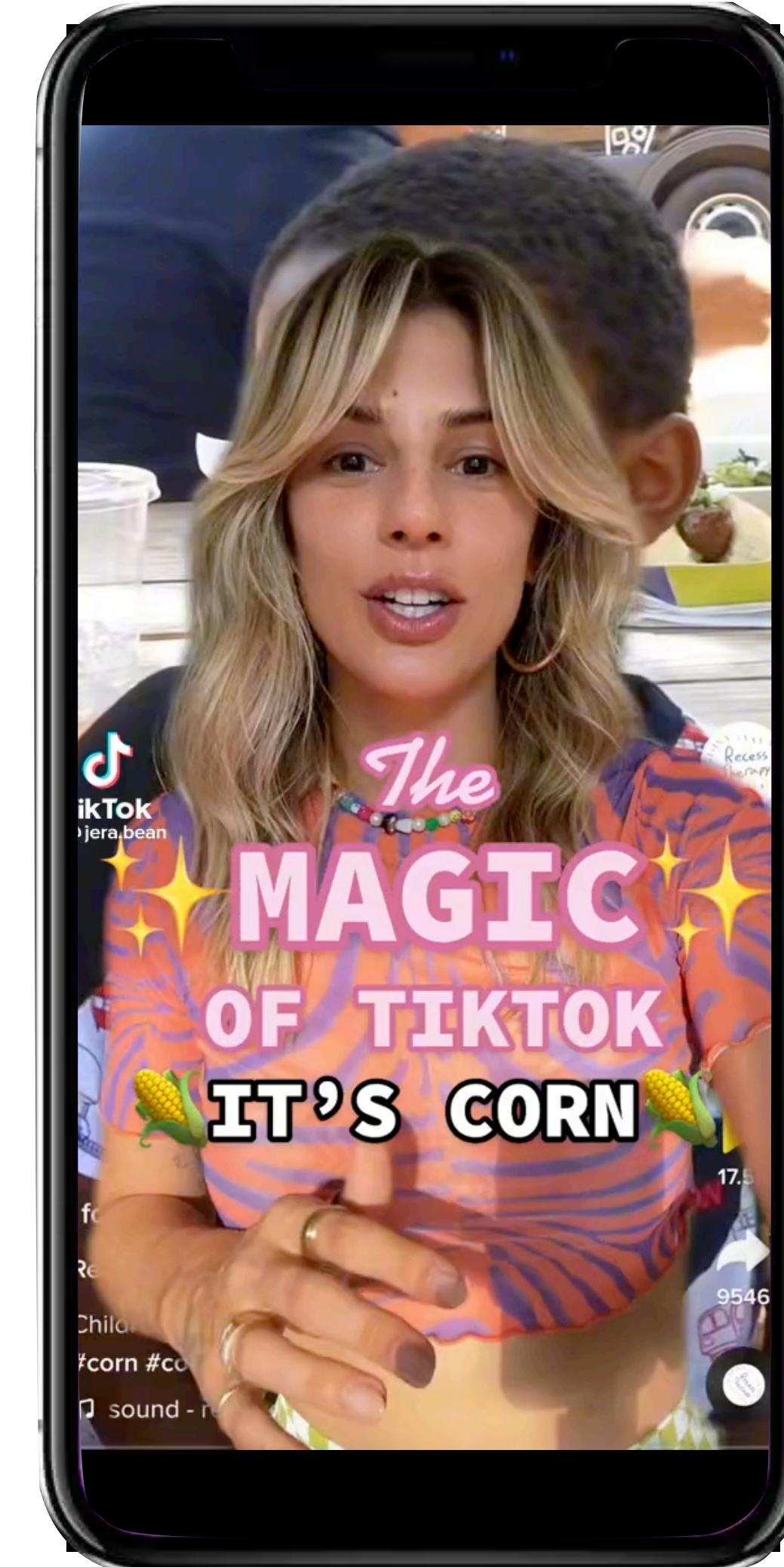
TikTok har revolutionerede hvordan verden **konsumerer vertikal video!** Og det har så stor indflydelse på hvordan andre SoMe app's vælger at fremhæve deres nyeste video features. YouTube har nu Stories og YT Shorts, Instagram har introduceret Reels (og overeksponere dem måske, din chance?)

The world of social media forandrer sig konstant og hvis du vil følge trenden som et brand, så skal du skynde dig at **tænke som en TikToker ;)**

Vertikal video - det nye sort!



Instagram Reels



Tiktok



YouTube Short



27 % Follow influencers on TikTok

I Danmark sammenlignet med 75 % på Instagram og 56 % på Youtube. Danish Broadcast Corporation annoncerede i Januar 2022 at kun 5 % af danskerne er på TikTok. Not anymore!

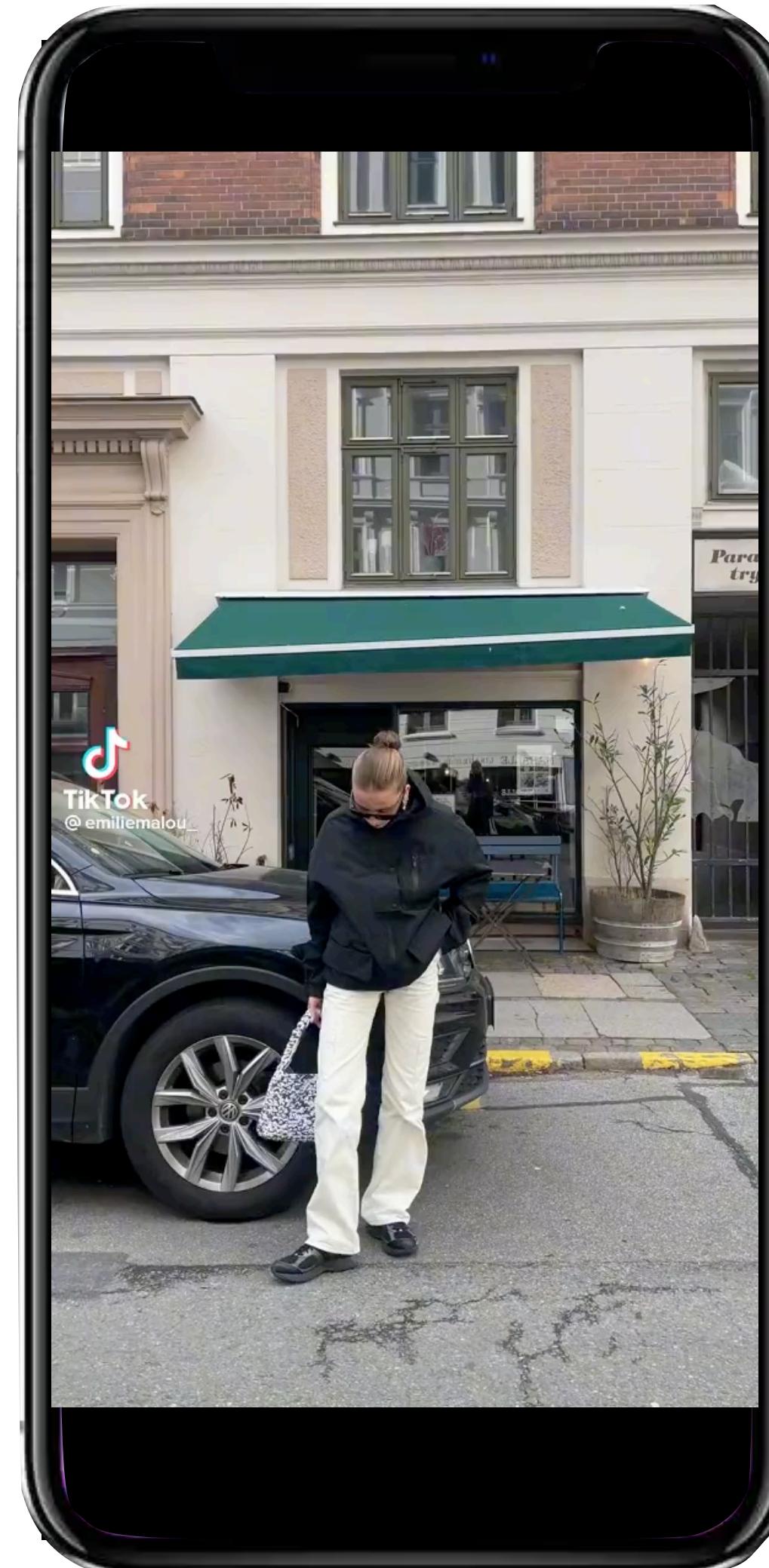
Source: Wavemaker Influencer Study 2022

52% users above 30

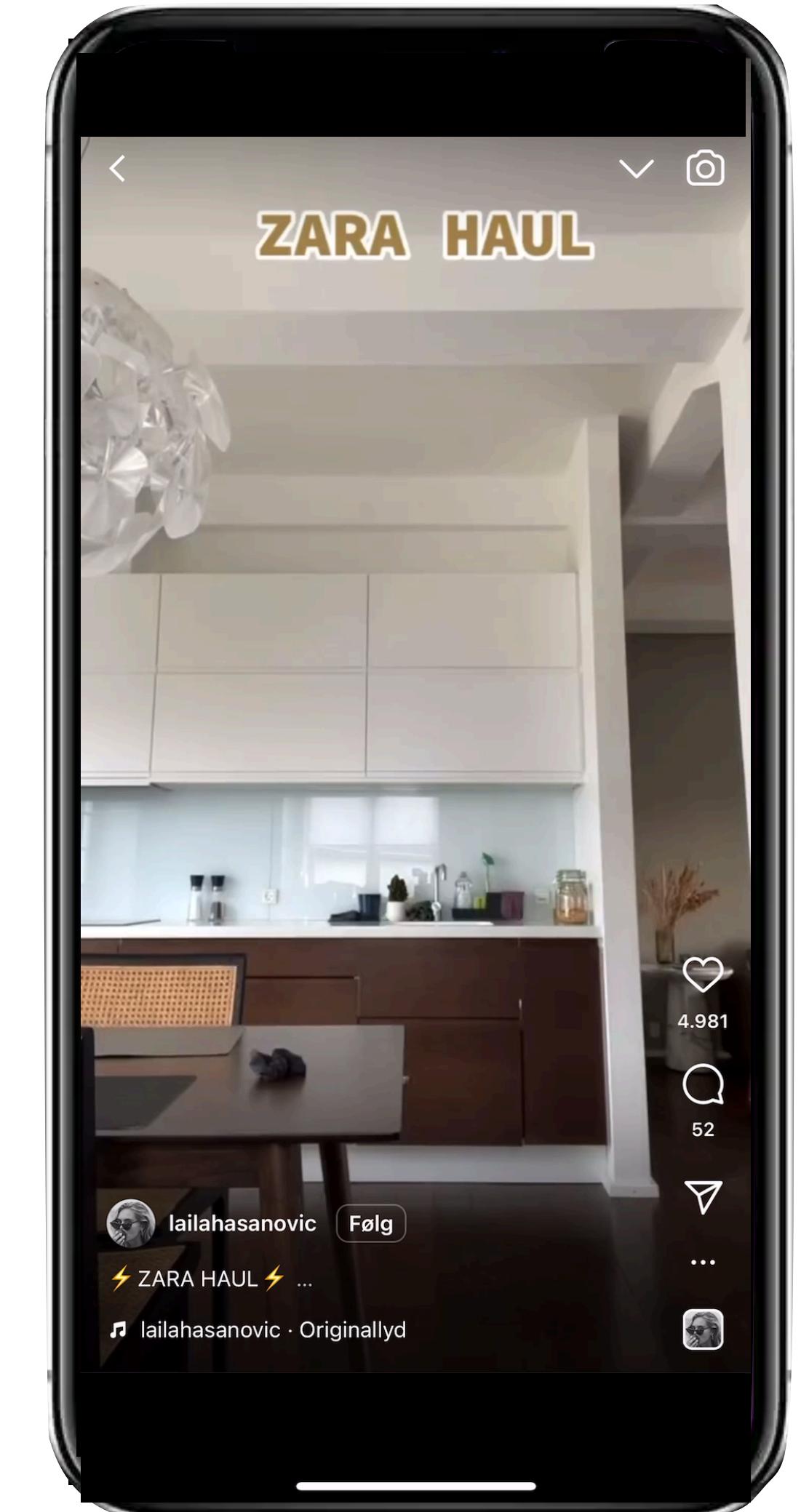
De seneste nyheder fra TikTok i US.
TikTok vokser for fuld speed i alle aldersgrupper!

Source: TikTok for Business





@EmilieMalou



@LailaHasanovic

5. Real People & Diversity

Indenfor det sidste år er brands begyndt at kigge mere på **kvalitet frem for kvantitet**. Det betyder mindre om den rette influencer har tusindvis af følgere. **Hvis værdierne matcher, booster man blot content.**

I takt med at influencers siger "Nej tak" kigger de bla på om jeres virksomhed har en "**grøn strategi**" om I omfavner **mangfoldighed** i jeres overordnet strategi.

#WEARECUBE





makes her unworthy of being loved.

6. Scale with data

Influencer marketing kan være enormt **tidskrævende** foruden at snuppe en stor del af dit marketing budget. Og så kan I måske overveje **om det er det værd?**

Det tror vi selvfølgelig på det er, da influencers har stor indflydelse på mange niveauer. Alt fra iscenesættelse og **storytelling af dit brand**, til konverteringer og **salg af dine produkter.**

Men det kommer ned til optimeringen af dine processer og ikke mindst et kig på hvordan du spenderer din tid?

Så enten skal du have interne ressourcer med adgang til en **SaaS platform** og ellers skal du **entrere med et bureau.**

Brand Awareness

Impressions
Reach
Association
Session time
Users
Messaging

Engagement

Likes
Comments
Shares
PR value
Brand Love

Conversion

Sales
Tracking
Downloads
New followers

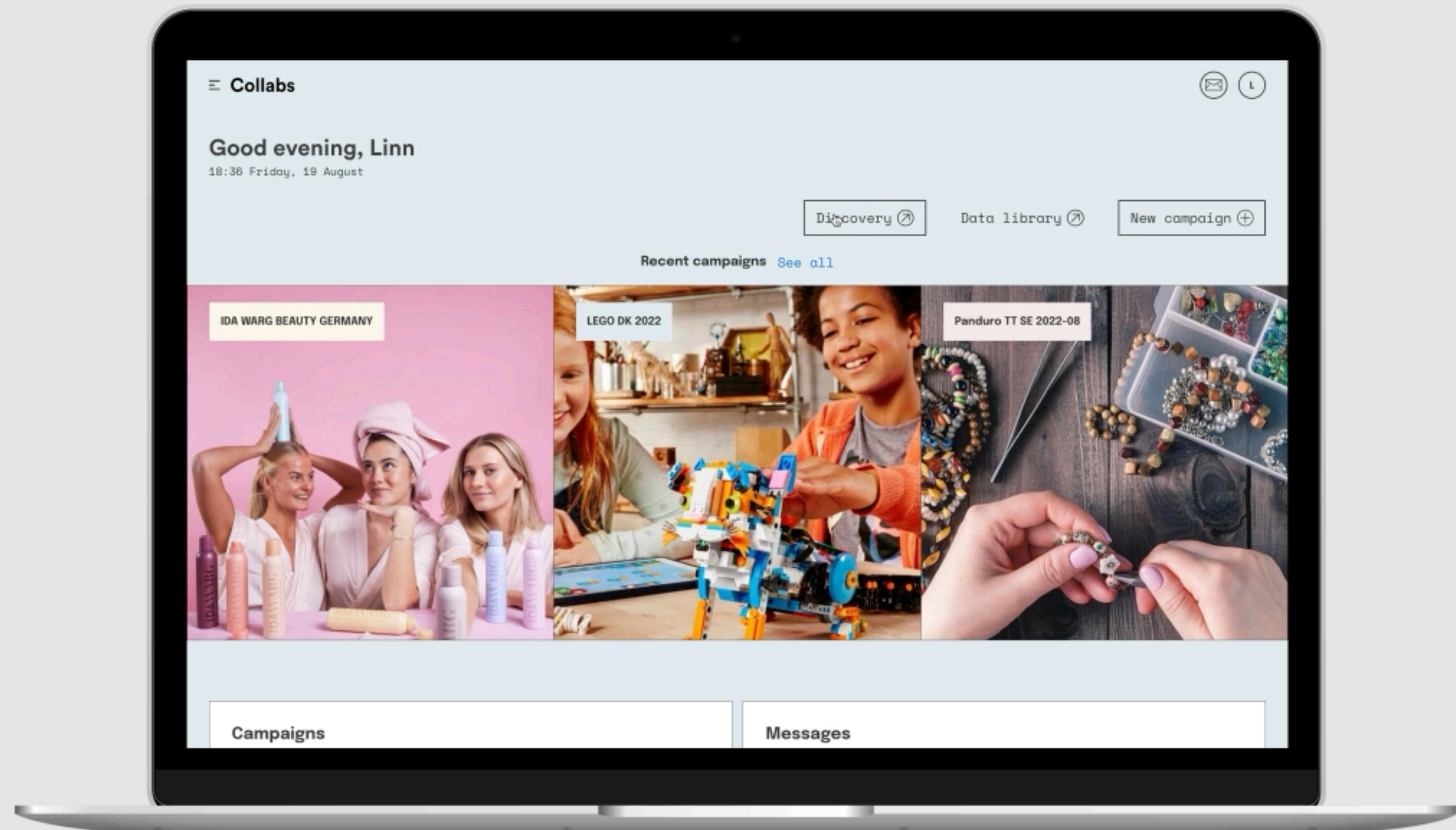


Collabs

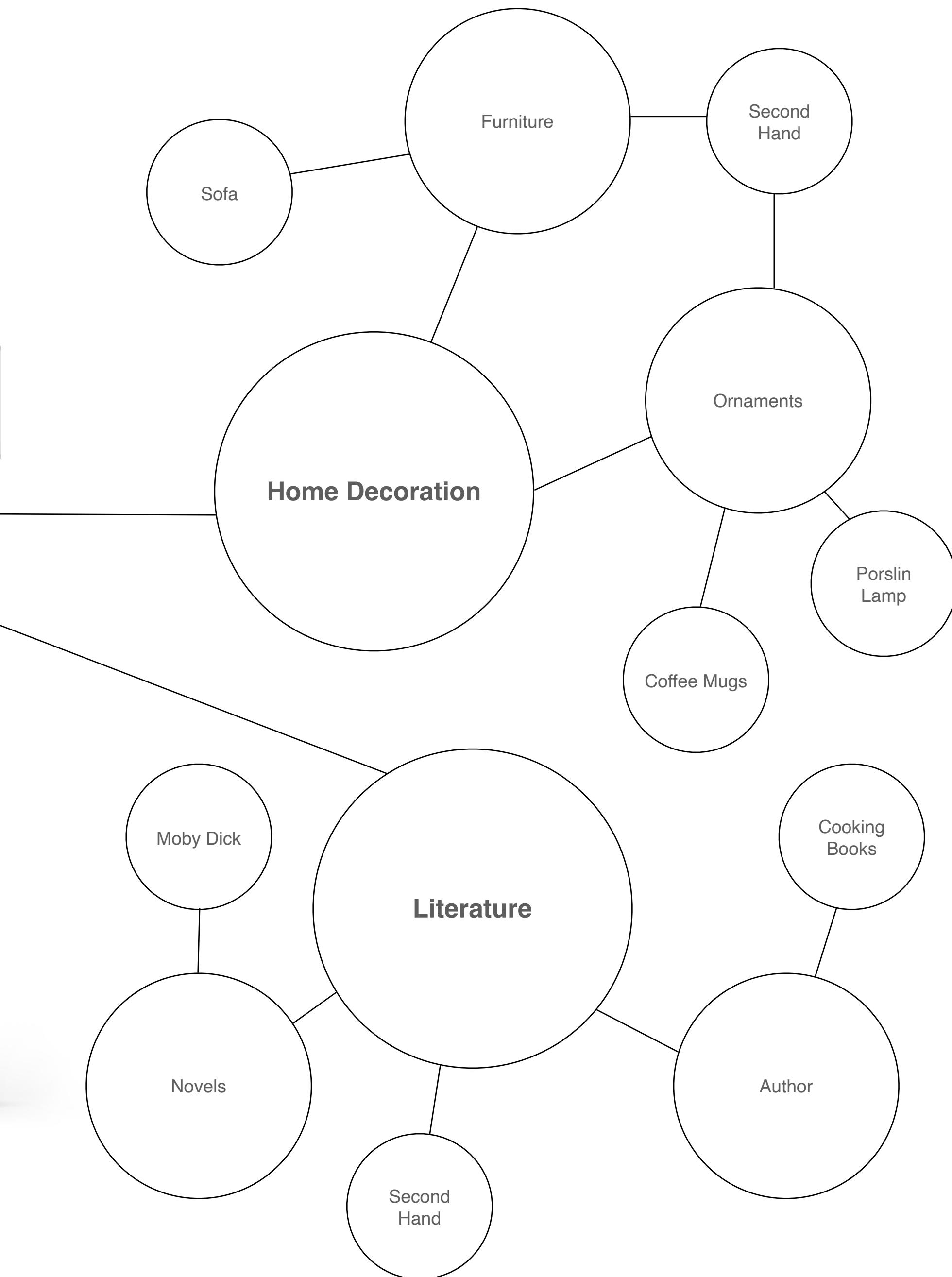
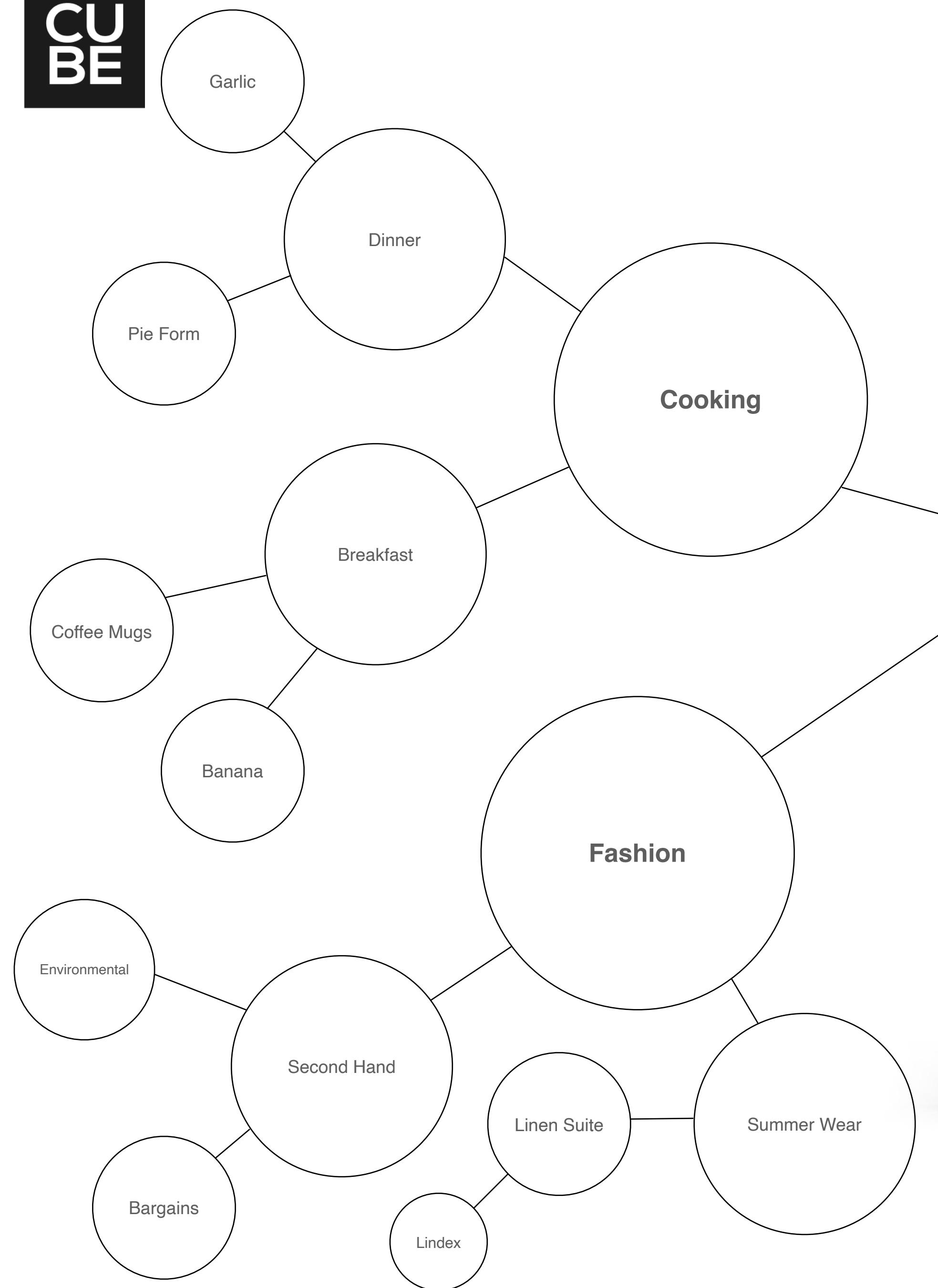
An innovative platform with all the data you need in one place

Our approach to people-based marketing
at give vores kunder adgang til **data og kreative kompetencer**.

Via vores SaaS platform kan vi scoute profiler baseret på interesser, tonality og demografi, såvel som at analysere netop denne data som efterfølgende kan benchmarke dine ønskede KPI'er. Dette bevirket også muligheden for hele tiden at **optimere på kampagner**.



**C
U
BE**



Do's

Læg en strategi

Vær realistisk

Team op med professionelle

Vær modig nok, prøv nyt

Stil krav (målbare KPI'er)

Køb SoMe rettigheder

Keep it simple eller go BIG

Det er OKAY at kopiere trends

Dont's

Se IM som blot en add on!

Shop for meget rundt

Lav upersonligt content

Tilbyd shampoo løn

Korte deadlines

Ked dig selv med jeres content

Tro at Rom blev bygget på en dag

Løse briefs

Thank you!

Pernille C. Lotus CEO @ CUBE DK

We wish you a beautiful day!

#wearecube

