



Influencer-Fallstudie: projekt_viejola

Über Vivien von projekt_viejola

Die 24-jährige Vivien postet seit etwa zwei Jahren unter dem Namen projekt_viejola auf Instagram. So richtig durchgestartet ist sie im Januar 2016 und konnte innerhalb von kürzester Zeit einen Sprung von 1000 auf 15.200 Follower verzeichnen. Mit der größeren Reichweite kamen auch vermehrt Kooperationsanfragen von Firmen und Agenturen. Mit ihrem projekt_viejola möchte sie sich jedoch nur an Kampagnen beteiligen, die zu dem Gesamtkonzept passen. Die Einladung, Takumi beizutreten, hat Vivien schnell angenommen. Besonders interessant war die Idee, alle Prozesse per App zu steuern und die einfache Auswahl zur Beteiligung an verschiedenen Projekten.



Vivien über Takumi:

“Takumi ist für mich das perfekte Pendant zu Instagram. Die Plattform spiegelt mit ihrem Geschäftsmodell die Flexibilität und Spontaneität von Instagram wider. Als Influencer werden einem passende Kampagnen vorgeschlagen und man selbst entscheidet, bei welchen davon man mitmachen möchte. Das zeugt von Vertrauen, man kann seiner Kreativität freien Lauf lassen und dabei sogar noch Geld verdienen. Somit ist jedes neue Projekt eine spannende Herausforderung für mich, die Marken profitieren ebenso durch meine natürliche Art bei der Darstellung von Produkten. So haben alle etwas davon.”

Die Herausforderung

Noch bevor Takumi in Deutschland offiziell an den Start gegangen ist, hat sich Vivien mit ihrem Instagram-Account projekt_viejola an zwei Kampagnen beteiligt: Zum einen für die deutschlandweite Frozen Yogurt Marke Yomaro und andererseits für Etsy. Die Anforderungen von Yomaro waren es, einen selbst kreierten Frozen Yogurt kreativ und ansprechend in Szene zu setzen und die passenden Hashtags sowie Verlinkungen zu integrieren.

Vivien stellte sich einen leckeren individuellen Frozen Yogurt zusammen und lichtete ihn für ihre Follower ab. Schnell und einfach hatte sie das Bild in der Takumi App hochgeladen, wo es kontrolliert und innerhalb von weniger als 24 Stunden akzeptiert wurde. Direkt im Anschluss wurde auch schon die Zahlung freigegeben.



projekt_viejola
YOMARO Frozen Yo... [Folgen](#)

Gefällt 578 Mal 5Tage

projekt_viejola Zum Feierabend noch ein leckeres #FroYo von @yomaro_de 🍷🍰
Mit leckeren Himbeeren, Knuspermüsli, Krokant, Zartbitter und geschmolzener Nutella 🍷🍰🍰🍰🍰🍰 #froyolove Damn ist das lecker 😊! Was sind eure Lieblings Toppings? #meinbecher #ad

alle 99 Kommentare anzeigen

ana_vals 😊

ricardamercedes How tasty! 💕

pineapplesandpumps Oh Gott das sieht zum dahinschmelzen aus!

noellasainz 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊

jennefox Einmal zu mir bitte 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊

bonjourmartigny Yuuumiiiiiiii ich liebe Frozen Yoghurt! 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊 In basel haben wir ein Geschäft und sie machen, meiner Meinung nach, die besten!!! 💕💕💕💕 Falls du mal nach Basel kommen solltest, bist du

Melde dich an, um mit „Gefällt mir“ zu markieren oder zu kommentieren. ○○○

Der Erfolg

Vivien hat mit ihrem Post für Yomaro insgesamt etwa 50 Euro verdient. Mit ihren 15.233 Followern konnte sie eine überdurchschnittliche Beteiligungsrate von 4,35 Prozent erreichen, 98 Kommentare und 578 Likes. Nun blickt sie gespannt auf das nächste Projekt. Ich wurde direkt gefragt, wo man den Frozen Yogurt kaufen könnte, sodass auch vor Ort ein Erfolg sichtbar war: Der Yomaro-Verkäufer konnte direkt nach der Aktion einen deutlichen Anstieg an Verkäufen bemerken, obwohl es ungewöhnlich kalt war.

Über Takumi

“Wir arbeiten mit tollen Influencern zusammen, die jede einzelne Kampagne einzigartig machen. Wir sind sehr stolz darauf zu sehen, dass sie mit ihren kreativen Posts bei ihren Followern so erfolgreich sind und sie damit auch noch Geld verdienen können.”

Gummi Eggertsson, CEO von Takumi

Takumi wurde 2015 von Solberg Audunsson, Gummi Eggertsson und Mats Stigzelius gegründet. Die App ist in Deutschland und dem Vereinigten Königreich für Android und iOS verfügbar. Takumi ist ein Marktplatz zur Kooperation von Marken und Micro-Influencern. Die Influencer haben im Schnitt zwischen 1.000 und 100.000 Followern und können sich auf der Plattform aus den vorgeschlagenen Angeboten der Unternehmen ihre Aufträge zusammenstellen.