



Alla hjärtans dag-erbjudande.

20% rabatt - Från hjärtat, för vår planet.
Eftersom de bästa gåvorna skyddar det vi älskar.

Köp här.

FIKTIVT FALL

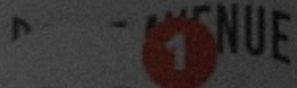
INFLUENCER MARKETING

STRATEGI

WILMA HARRYSSON, 2025



Bläddra bland våra **BÄSTA SÄLJARE** som får våra kunder att komma tillbaka.



VOGUE



GANNI

See



Växtbaserade
mobilskal >

Telefontillbehör >

Dryckesvaror >

Pappersvaror >

AGOOD COMPANY

IDAG

Agood Company's mission är att förvandla tanklös konsumtion till medvetna val genom hållbara, högkvalitativa produkter. Deras vision är en framtid där företag agerar ansvarsfullt och inspirerar till medveten konsumtion, med ledarskap inom cirkulär och klimatpositiv produktion.

Idag är företaget aktivt på följande SoMe-kanaler:

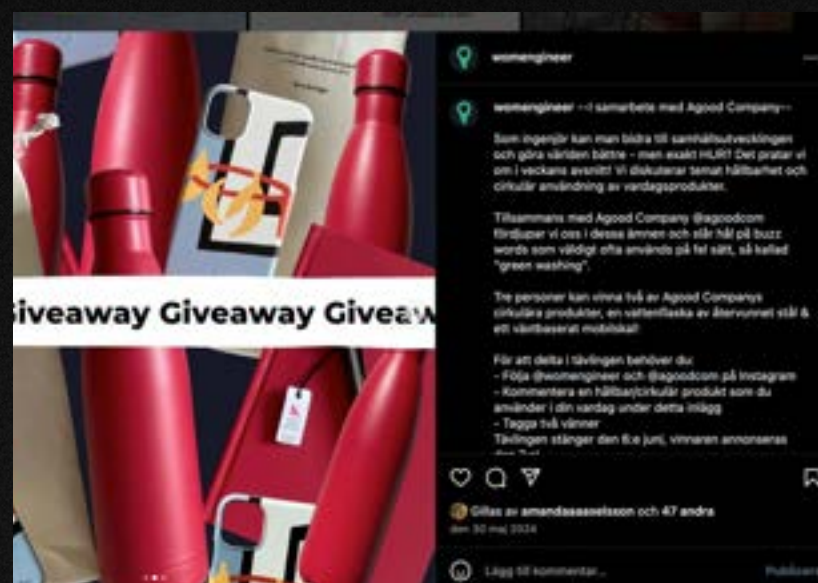
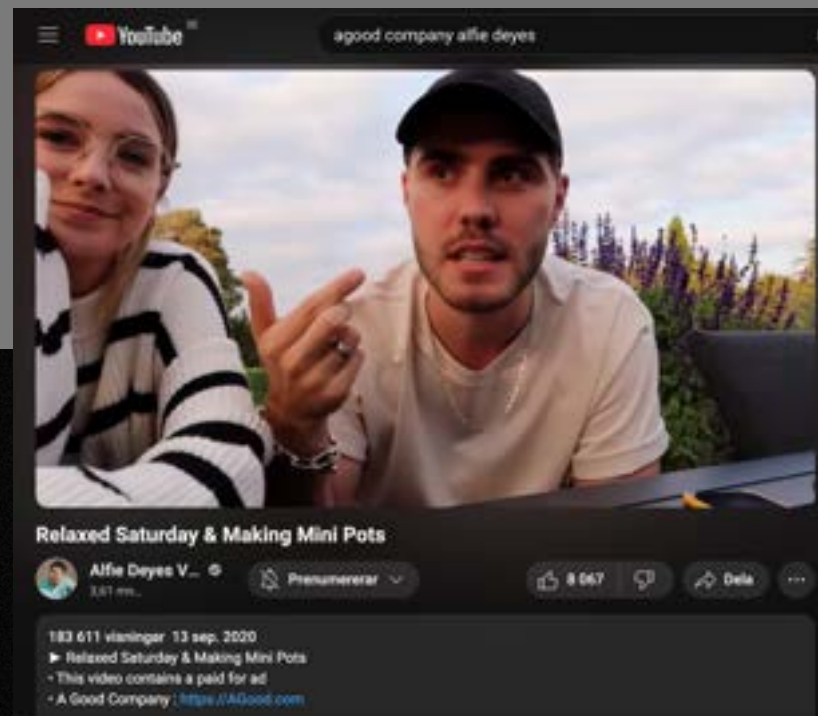
- Instagram - *87,8 tn* följare
- Pinterest - *17 tn* visningar/mån
- Facebook - *17 tn* följare



For every notebook, pen and bottle we sell, we will donate up to 500 litres of safe, fresh water through **charity: water**.

join
the
good
fight.

3.



SAMARBETEN IDAG

Företaget gör få betalda samarbeten i SoMe, men;

- den största influencern som sponsrats av Agood Company är Alfie Deyes - 8 miljoner följare över hans sociala kanaler.
- Emilia de Poret, känd svensk stylist och influencer, har designat en egen kollektion med Agood Company.
- den svenska stiftelsen Womengineer har tävlat ut en Giveaway tillsammans med Agood Company.

+ Plus =

1. Företaget skapar varierade och relevanta samarbeten för influencern och dess följare.
2. Kostnadseffektivt att ej använda sig av onödiga samarbeten
3. Undviker misskommunikation med lågt antal influencersamarbeten

- Minus =

1. Alla samarbeten är daterade, finns ej nya idag/svårt att hitta.
2. Mindre räckvidd med få samarbeten.
3. Förlorar relevansen/impact & kunder på dagens marknad, "syns man inte - finns man inte".

FÖRBÄTTRINGSIDÉ

Som förslag till förbättring av Influencer Marketing:

- Starta TikTok-konto - UGC-content + Köp till whitelisting = Kör som ads
- Samarbeta med nischade/relevanta influencers inom kringämnen
- Fokus på Micro- & Macro-Influencers med engagerade följare

Låt influencern redigera i sin egna stil för att fånga följares intresse, direkt i deras flöden, på ett naturligt sätt.



KAMPANJEN

NAMN

Skal & Skrift

SYFTE

Brand Awareness – Väck intresse för företaget, specifikt mobilskalen och matchande anteckningsböcker.

UTFÖRANDE

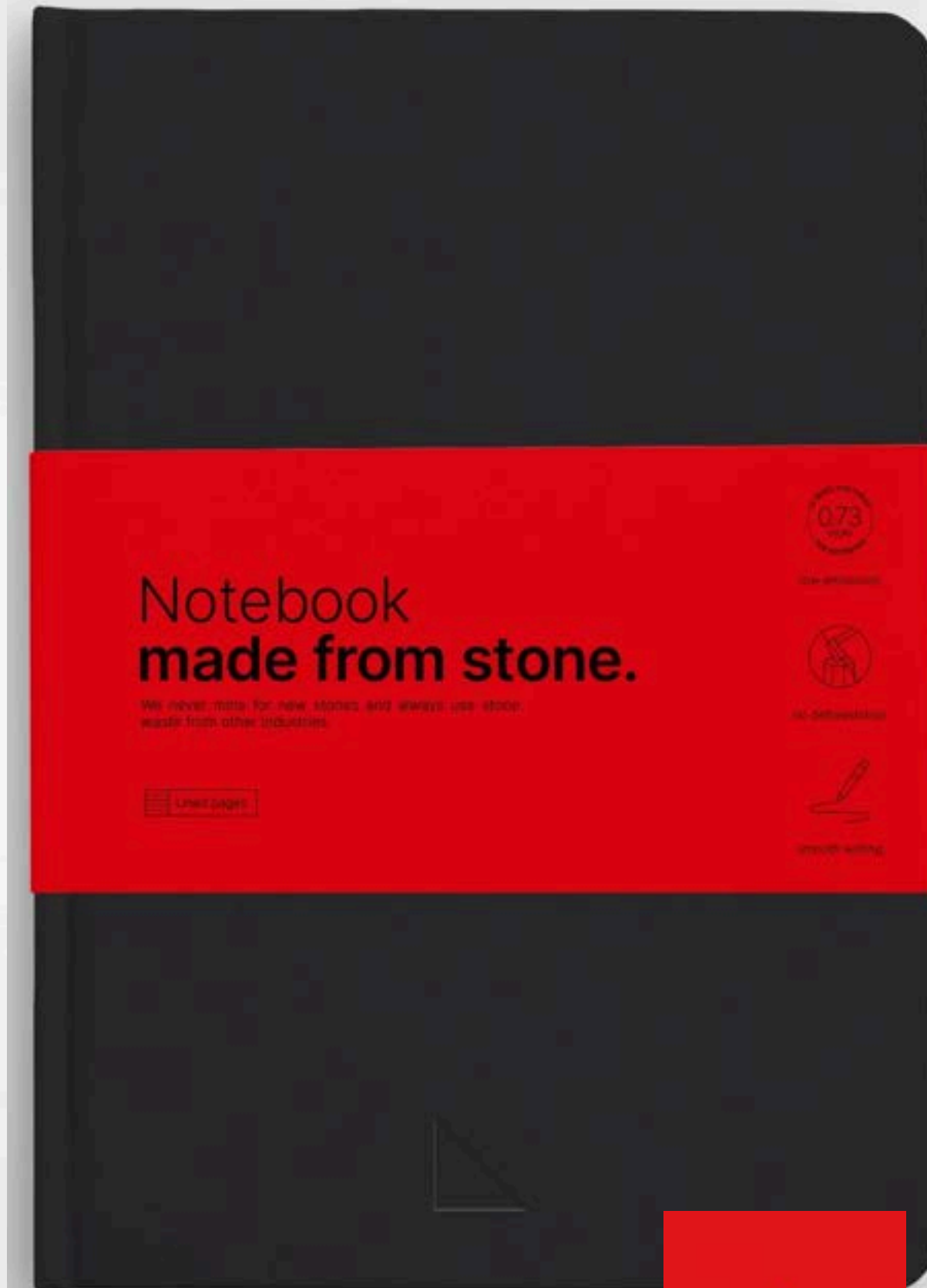
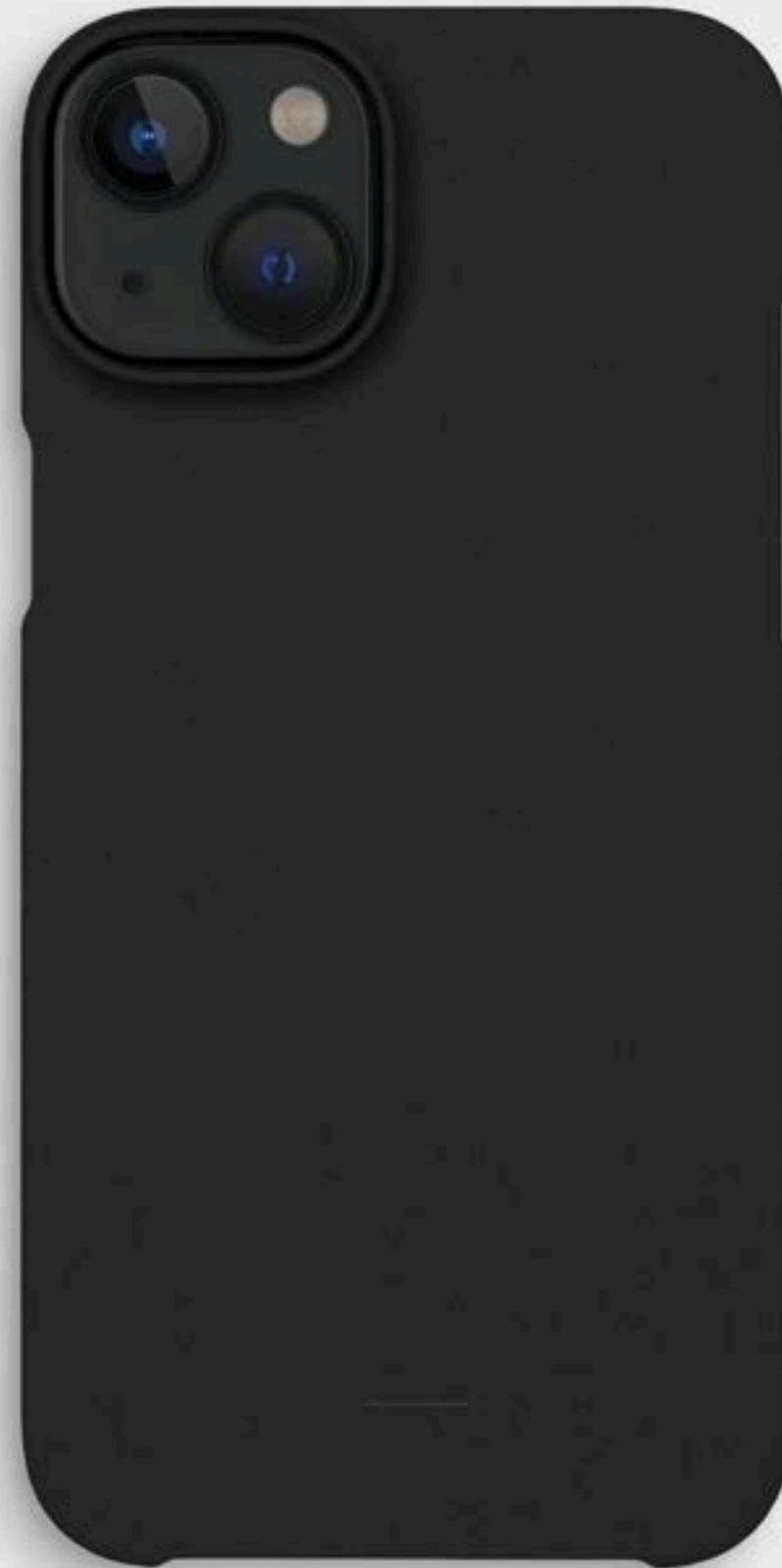
TikTok – 1 min. Influencers visar matchande mobilskal och anteckningsböcker, lyfter Agood Company's mission och sina favorit-USPar. Delar med sig av rabattkod. Manus och redigering anpassas till deras stil för en naturlig känsla.

TIDSLINJE

- 1/5 Urval av potentiella influencers bekräftas
- 11/5 Deadline; signa Influencers
- 29/5 Deadline; leverans 1:a content-utkast
- 19/6 Deadline; slutgiltigt content
- 29/6 Influencers postar som senast
- 14/7 Statistik skickas från Agood Company
- 29/7 Leverans av resultat & slutsatser från byrån

KPI:ER

- Hur många som använt rabattkoden
- CTR: Hur många som klickat på länken
- Trafik på hemsidan
- Engagement rate
- ROI



5.

PRODUKTER I KAMPANJEN

Matcha ditt **mobilskal** till
din **anteckningsbok**,
från Agood Company

Kampanjnamn:
Skal & Skrift

USPar:

- Ø träd
- Ø blekmedel
- Ø vatten
- Anteckningsbok med stenspapper
- 3m fallskydd - mobilskal
- 100% cirkulärt
- Stöttar välgörande stiftelser



agood company

Influencer brief till aktiv person [insert name]

Kampanj: Skäl & Skrift

Syfte: Brand Awareness – Väck intresse för företaget, specifikt mobilskalen och matchande anteckningsböcker.

Utförande: Gör följarna medvetna om produkterna och deras unika hållbarhetsfördelar. Lyft Agood Company's stöd till välgörenhetsorganisationer och visa hur du använder produkterna + förmedla dina favorit-USPar. Nämn din rabattkod och tipsa om att köpa matchande mobilskal och anteckningsbok.

Vi har inga specifika manusidéer mer än riktlinjer som ska framföra budskapet - detta för att ge Influencern mer frihet att göra sin grej, med grund i vårt förslag.

Referenser

1. [Thebeekid-Favoriter](#)
2. [Filippa Moulier-SpendAMorningWithMe](#)
3. [Wiktoriavj-Tips](#)

Content - Riktlinjer

- Visa hur du använder produkterna, på ett naturligt vis
- Nämn dina favorit-USPar, rabattkoden & Agood Company's mission
- Undvik grov humor/kränkande språk
- Inga svordomar eller kontroversiella ämnen
- Ingen falsk marknadsföring
- Tala inte negativt om varumärket eller konkurrenter

Content - Förslag

Kanal: Tiktok

Medium: Video

Längd: Cirka 1 min

Rättigheter: 1 mån, användning i annonsering, whitelisting, organisk re-post i företagets kanaler.

Exklusivitet: 4 månad (Akademibokhandeln, Nudient, Holdit, Ideal of Sweden)

Tidslinje

- 19/6 Leverans av script-utkast
- 25/6 Leverans av slutgiltigt script
- 29/5 Leverans av första content-utkast
- 19/6 Deadline: Leverans slutgiltigt content
- 29/6 Content postas som senast
- 6/7 Statistik samlas in

FÖRSLAG PÅ INFALLSVINKLAR ATT ANVÄNDA:

- Tipsa om favoritprodukter
- Visa morgon/kvällsrutin
- Berätta om din hobby = journaling ft. Agood Company
- Prata om hållbarhet och miljömedvetenhet
- Byt skal på din mobil – visa upp ditt nya från Agood Company

**TIPS-
STORYTELLING**

8.

@mishurba

Mishel Robinadeh [MISHURBA] skapar teknik- och livsstilsinnehåll som engagerar en publik intresserad av innovation. Teknikintresserade personer följer ofta trender och värderar hållbarhet, vilket gör dem mottagliga för produkter som kombinerar kvalitet och miljöansvar = MISHURBA's plattform är idealisk. Hans energi + trovärdighet inom teknik stärker budskapet. Här har vi chans att fånga uppmärksamheten av en ny målgrupp.

Engagement rate

2,32%

mishurba ✓ MISHURBA

Följ Meddelande

396 Följer 56.9K Följare 901K Gilla-markeringar

Tech, livet och allt däremellan! 🤖
✉ | mishurba@notmanagement.no

🔗 solo.to/mishurba

Videor Återpubliceringar Gilla

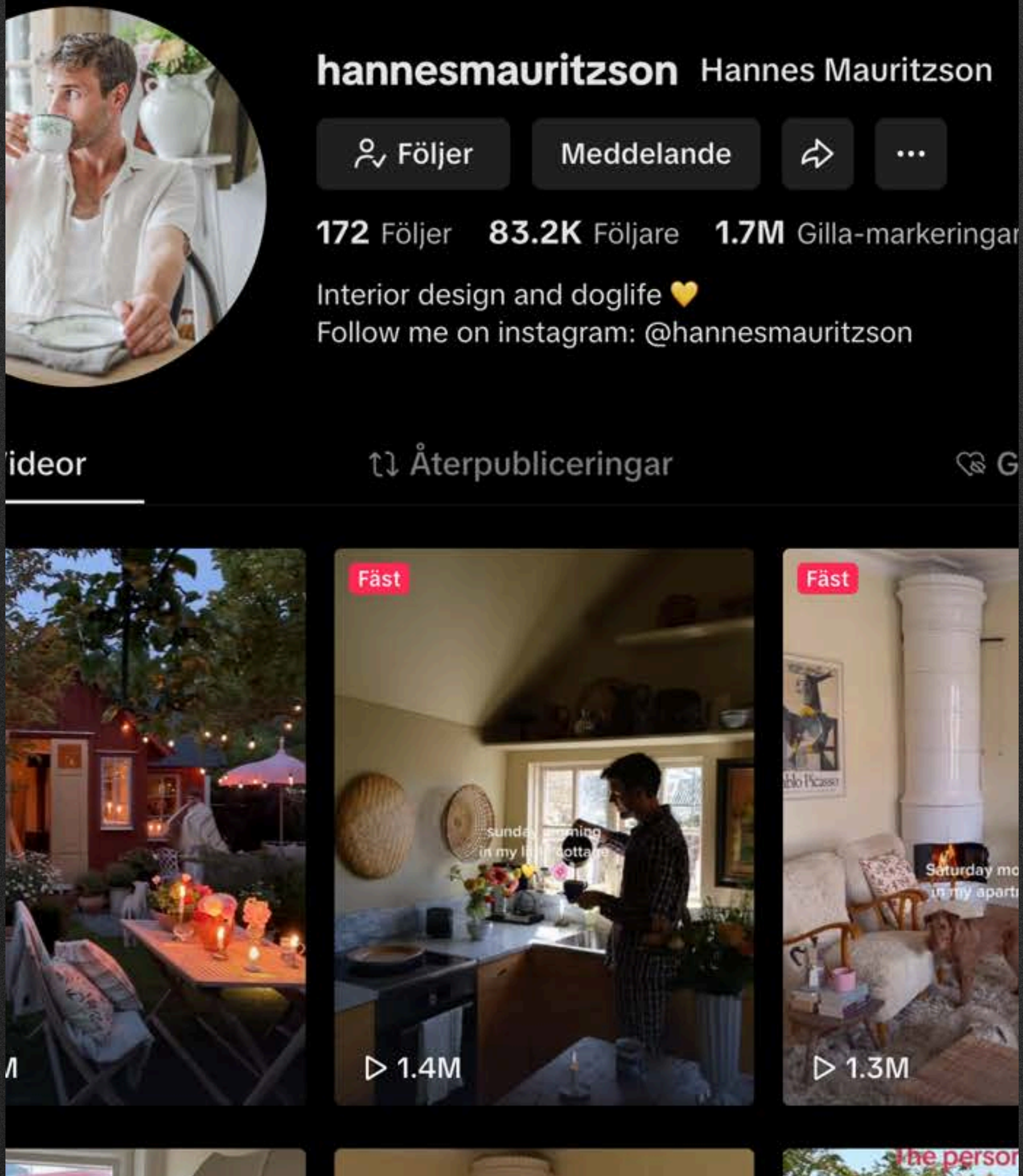
listor

STREAMING SETUP 6 inlägg

STORYTIMES 3 inlägg

eor

agood company



@hannesmauritzson

Hannes Mauritzson fokuserar på skandinavisk inredning, vintage och hållbar livsstil, vilket lockar en design- och miljömedveten publik. Hannes auktoritet inom hållbar design gör hans rekommendationer pålitliga. Miljövänliga mobilskal och anteckningsböcker passar hans publik och deras stilmedvetna, hållbara livsstil. Ett sätt för Agood Company att tilltala en målgrupp som vill uppnå en del av Hannes idylliska image.

Engagement rate

27,61%

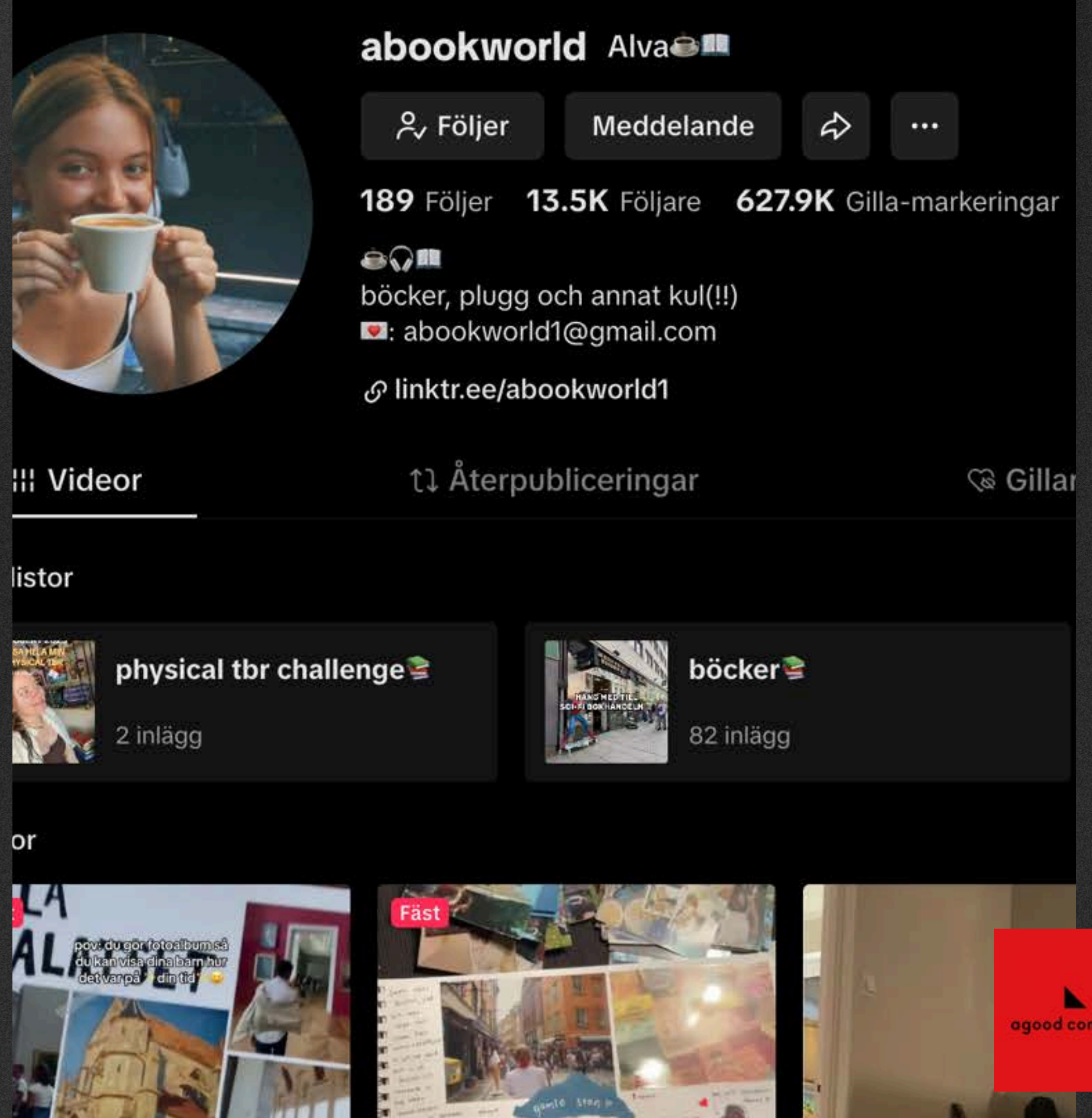
@abookworld

Alva delar studievloggar, bokrecensioner och reflektioner, vilket attraherar en publik som värdesätter utbildning, litteratur och hållbarhet. Denna målgrupp är intresserad av funktionella och miljövänliga produkter, vilket gör hennes plattform perfekt för samarbeten med Agood Company.

Hennes relaterbarhet kan effektivt kommunicera produktens fördelar till en relevant och engagerad publik som kan känna igen sig i hennes erfarenheter.

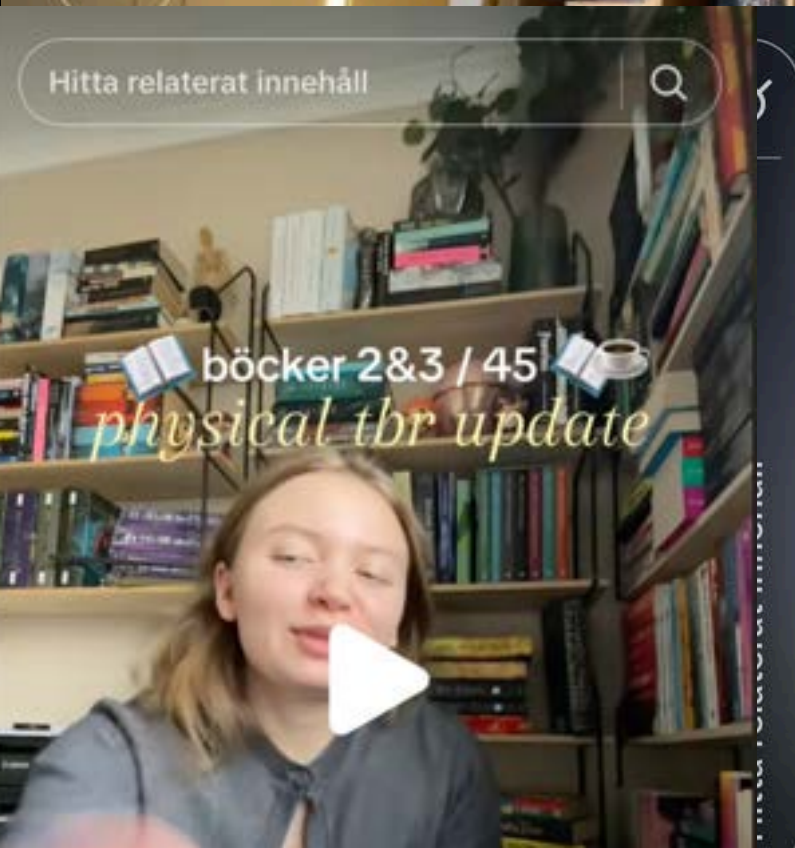
Engagement rate

5,72%



11.

VISUELLA REFERENSER



VARFÖR ÄR DET SÅ DYRT?

Influencer marketing kan kännas dyrt, men det är en grym strategi för att bygga en varumärkesidentitet, skapa förtroende och öka försäljningen. Folk litar på influencers mer än traditionell reklam. Rätt samarbeten når en engagerad målgrupp som faktiskt är intresserad av produkten.

Nyckeln till en lyckad kampanj? Välj en influencer som känns genuin, sätt tydliga mål och låt dem skapa innehåll på sitt sätt – det blir mer äkta och får bättre spridning. Analysera resultaten och lär av dem. Det kanske kostar, men görs det rätt ger det tillbaka i både synlighet och försäljning.

13.

Risk för missvisande engagement rate då denna är beräknad på alla Influencerns inlägg på kontot. Testa istället att räkna ut engagement rate för de 8-10 senaste inläggen (helst sponsrade inlägg för att ytterligare realisera förväntningarna).

Förslagen inkluderar tre influencers med olika nischer och stilar, vilket kan bredda räckvidden och nå fler målgrupper. Det ger också möjlighet att jämföra deras prestationer inför framtida samarbeten/tillvägagångssätt. Nackdelen är en mer spretig målgrupp, vilket kan få företaget att framstå som otydligt i sin identitet och branding.

FINPUTSA PLANEN!

Möjligtvis förklara bättre, vad det är vi gillar med de refererade TikTok-videorna i Influencer-briefen samt de visuella förslagen, för att tydliggöra och på så sätt undvika missförstånd.

Se över KPI:erna, finns det fler som bör mätas?

TACKAR, TACKAR!

WILMA HARRYSSON, 2025

