



PRESSEMITTEILUNG

MindsetMatching® als neues Tool zur Auswahl des passenden Influencers

Düsseldorf, 25.05.2021 Die Marktforscher von mo'web research haben mit MindsetMatching® ein datenbasiertes Tool entwickelt, mit dem Werbetreibende passende Influencer erstmals nach qualitativen Kriterien finden und bewerten können. Mit Methoden des klassischen OCEAN-Modells aus der Persönlichkeits-Psychologie sowie dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI).

Das Tool ermittelt, ob und wie stark eine Brand- und eine Influencer-Persönlichkeit zueinander passen. Auch der jeweilige konkrete Werbe-Nutzen wird berechnet, je nachdem welche Person die Marke im Social-Media-Raum kommunikativ vertritt.

Konsumenten identifizieren sich in der Regel mit dem Werbeträger einer Marke, wenn dieser über ähnliche Ansichten und ein entsprechendes Wertemuster verfügt. Influencer können also nur dann positiv im Sinne der Marke tätig werden, wenn sie mit gleicher Sprache und auf Augenhöhe mit der Zielgruppe kommunizieren.

Herbert Höckel, der Geschäftsführer von mo'web research, hat über MindsetMatching® auch ein Gastkapitel im neuen Fachbuch von Prof. Dr. Meike Terstiege (Titel: "KI in Marketing & Sales - Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis") verfasst. Er weiß, dass Marketingverantwortliche bis heute auf keine Instrumente zur Messung des psychologischen Profils der Influencer zurückgreifen können.

Höckel sagt: "Weltweit gibt es lediglich Anbieter, die zur Recherche und Selektion die offen sichtbaren Hard Facts wie Reichweite, Anzahl der Posts oder Likes erheben. Für die Profilierung einer komplexen Persönlichkeit ist das zu wenig. Es fehlt das Wissen, ob ein potentieller Influencer überhaupt zu einer Marke passt."

Der Werbemarkt mit den digitalen Meinungsmachern wächst seit Jahren stark und wird laut Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Das betrifft vor allem das Segment der weniger bekannten Nano- und Micro-Influencer, die weniger als 5.000 bzw. weniger als 50.000 Followern besitzen.

Whitepaper zu MindsetMatching® auf www.mowebresearch.com/mindset_matching.

Zu mo'web research

Seit über 20 Jahren betreibt mo'web weltweit Marktforschung von A bis Z. Am Standort in Düsseldorf arbeiten 40 Mitarbeiter und beraten Unternehmen aller Branchen und Größen.



Zu Herbert Höckel

Er ist Autor, Speaker und geschäftsführender Gesellschafter der mo'web research GmbH. Am 24. Juni 2021 erscheint sein Buch "Customer Centricity Mindset - Kunden wirklich verstehen, Disruption erfolgreich meistern" im Haufe Lexware Verlag.

Ansprechpartner für Rückfragen

Marco Kessler | Pressereferent

m.kessler@mo-web.net | 0221 66 95 85 – 19

mo'web GmbH

info@mo-web.net | 0211 828 28 00

Mertensgasse 12, 40213 Düsseldorf | www.mowebresearch.com