

Schnell wachsende Direct-To-Consumer Brands setzen für Influencer Marketing auf Storyclash

Linz, 24.1.2022. Das Software-Scale-Up Storyclash unterstützt mit der hauseigenen Plattform schnell wachsende E-Commerce Brands im Influencer Marketing. International bekannte Unternehmen wie Smile Secret, Motel a Miio, Les Lunes, lululemon, Kapten & Son, Fitvia, Foodist oder Athletic Greens sind zuletzt auf die Influencer-Marketing-Plattform umgestiegen.

Immer mehr Marken greifen im Influencer Marketing zu unterstützenden Tools, so auch zahlreiche Brands der auf Social Media stark performenden DTC- Branche. Diese Tools sind längst kein "Nice-to-Have" mehr, sondern sorgen für messbar mehr ROI beim Influencer Marketing.

Passende Influencer durch KI-unterstützte Content-Suche

"Unsere Kunden arbeiten mit hunderten Influencern pro Monat zusammen und der Bedarf nach ständig neuen Partnern ist konstant hoch. Unsere Plattform hilft ihnen dabei, effizient und zuverlässig neue Influencer zu finden, die perfekt zum eigenen Markenauftritt passen. Dafür analysieren wir den Content und die vorherigen Kooperationen mit anderen Unternehmen", erklärt Andreas Gutzelnig, CEO und Co-Founder von Storyclash, die Funktionsweise des Tools. "Wir freuen uns sehr über die starke Nachfrage am Markt, die uns in 2021 zu einem Wachstum von über 150% im Kernsegment verholfen hat." Storyclash hielt im letzten Jahr vermehrt Einzug in der FMCG-Branche, wird aber auch von Digitalagenturen eingesetzt.

Neue Features für 2022

Nach dem erfolgreichen Launch von TikTok als neuer Plattform im Tool sowie dem "Discover Creators" Modul, welches das Finden von 100% "Brand-Fit" Influencern durch KI-unterstützte Content-Suche erstmals möglich macht, folgen für 2022 nicht minder spannende Pläne. "Wir werden den kompletten Influencer-Marketing-Prozess abdecken", kommentiert Andreas Gutzelnig die Roadmap. "Wir konzentrieren uns im ersten Quartal darauf, mit "Manage Creators" ein CRM-Modul live zu bringen. Durch zahlreiche Gespräche mit Kunden wissen wir, welche Funktionen für sie wertvoll wären und setzen diese um."

Mit Jahresbeginn wurde die Influencer-Discovery für die Märkte USA, Italien und Frankreich erweitert. Storyclash konnte dort bereits erste Kunden gewinnen und baut stetig weiter aus.

Über Storyclash

Storyclash ist eine Influencer-Marketing-Plattform, mit der Brands die perfekten, zur Marke passenden Influencer finden können. Marketing Teams können außerdem den Content der

Creator auf mehreren Social-Media-Plattformen, einschließlich Instagram Stories und Tiktok, tracken. Neben schnell wachsenden DTCs setzen auch große, etablierte Unternehmen wie Vodafone, lululemon oder Kaufland auf Storyclash.

Pressekontakt:

Lisa Jank, Marketing Manager

lisa@storyclash.com

www.storyclash.com