



LOUISE BRANDT
OG MARTIN VIBE
VERY

Pepsi gik i narrativ- fældnen

KLUMME

Hvad er en influencer? Han eller hun er et brand, ganske på linje med det brand, vedkommende agiterer for. Og den sandhed havde Pepsi ikke forstået, da Kendall Jenner gik i medierne med "Black Lives Matter" budskabet.

Den seneste tids fokus på influencer marketing har i overvejende grad rettet søgelyset mod fordelene ved brugen af influencere.

Men for nylig måtte Pepsi efter 24 timers global shitstorm trække sin nye reklame tilbage. Og det til trods for, at den har en af verdens mest kendte ansigter i forgrunden. En disciplin som Pepsi ellers har mestret i årtier.

Ud over at reklamen blev beskyldt for at være mere end almindeligt tonedøv i sine referencer til Black Lives Matter demonstrationer, så gik en stor del af kritikken på Kendall Jenners rolle. Også selvom hun er en af verdens største reality stjerner turned fashion icon, der med mere end 78 millioner følgere på Instagram i den grad må kvalificeres som en af de mest magtfulde influencere.

Så hvad gik der galt?

PERSON ELLER BRAND?

Det amerikanske magasin Vanity Fair var hurtige til at pege på en interessant pointe. Nemlig at skaden sker, når sammensætningen af influencers personlige brand og det kommercielle brand ikke er et match.

Havde Kendall Jenners rolle være udfyldt af en ukendt model, ville reklamen med stor sandsynlighed have været genstand for kritik alligevel, men den manglende troværdighed i, at

en som primært er kendt for at være kendt og sit gode udseende (hvilket reklamen i øvrigt også kun understreger med hendes fotosession), skulle være den, som sætter en stopper for den politibrutalitet, som hendes verden er meget langt fra, fik sagen til at selvantænde.

En influencer er med andre ord ikke bare et kendt ansigt – de er mennesker med et narrativ. Det vil sige, at de er kendt for noget og står for noget. Og alle deres handlinger skal give mening i forhold til dette narrativ. Derfor er det, de siger og gør på vegne af et brand, nødt til at passe ind i det narrativ, hvis budskabet skal have troværdighed.

UDFORDRINGEN VED AT BRUGE INFLUENCERS, SOM ER KENDTE ER, AT DERES BRAND KAN VÆRE STØRRE END DET BRAND, DE SKAL SÆLGE.



INFLUENCERE ER IKKE BARE ET KENDT ANSIGT – DE ER MENNESKER MED ET NARRATIV. DET VIL SIGE, AT DE ER KENDT FOR NOGET OG STÅR FOR NOGET. DET SKAL MATCHE BRANDETS NARRATIV.

DET ER SKET FØR

For at blive ved Pepsis historik med influencers, så er det ikke første gang, brandet har trukket en stor kampagne tilbage.

For snart 30 år siden måtte Pepsi efter kun 24 timer stoppe en stor kampagne med Madonna, der med lanceringen af videoen "Like a Prayer", der blev brugt som lydside i reklamen, blev lige en tand for kontroversiel efter amerikansk smag. En kontrovers Madonna selv var hurtig til at hive frem af glemmekassen under Kendall Jenner stormen.

Den helt store forskel på de to sager er, at hvor Kendall Jenner er sat ind i den sammenhæng, der virker som en diametral modsætning til hendes personlige brand, så var Madonnas personlige brand aldrig kompromitteret i 1989.

Tværtimod blev det understreget ved, at det kommercielle Amerika mente, hun var for stærk kost til mainstreamforbrugerne. Den ene havde styr på sit narrativ og holdt det intakt – den anden havde ikke.

PEPSI UNDSKYLDTE

Så hvad er en influencer?

Ud over at være en person, som har evnen til at influere en større gruppe mennesker enten gennem sine egne kanaler eller i kraft af sin staus som meningsdanner indenfor et givent interessefælleskab, så er en influencer først og fremmest et brand.

Og ligesom alle andre brands kan perceptionen af dem være alt fra discount eller premium, markedsleder eller challenger. Derfor jo bedre et match mellem brand og influencer, jo større troværdighed får samarbejdet. Derfor er de mest succesfulde influencer-samarbejder dem, hvor brand og influencer arbejder sammen om at udvikle indholdet.

Men udfordringen ved at bruge influencers, som er kendte er, at deres brand kan være større end det brand, de skal sælge. Derfor måtte Pepsi også gå ud og give en offentlig undskyldning til Kendall Jenner for at have sat hende i denne "situation". ■