

Marketing de Influência



O QUE É?



O Marketing de Influência consiste em engajar pessoas no meio online, que sejam referência nas suas áreas para que compartilhem **experiências** e mensagens das marcas com seus respectivos públicos, **influenciando diretamente** nas decisões de compra de suas audiências.



A ex-escrava Nancy Green foi contratada como porta-voz da mistura de panquecas Tia Jemima em **1890**. Green interpretou o personagem Jemima de 1890 até 1923.



Carlos Moreno passou quase 40 anos como garoto-propaganda da Bombril. Entrou para o Guinness Book como o ator que mais comerciais fez para uma mesma marca no mundo todo.



Sebastian, que estrelou em 1990 a campanha "Abuse e Use" da C&A no Brasil. Que, com seu jeito descontraído, cantava, dançava e chamava os clientes para as lojas C&A.



Persona do Magazine Luiza foi convidada a cobrir o lançamento do Galaxy S 10, da Samsung, em San Francisco (EUA)

Tudo isso foi **antes de a internet** entrar em cena, o que abriu caminho para Orkut, Twitter, Facebook, YouTube, Instagram. Com a chegada das redes sociais e da descentralização dos canais de comunicação, a prática mudou não apenas a teoria, mas mudou a forma como a comunicação acontece. E os influenciadores digitais transformaram o **marketing digital** naquilo que ele é hoje.

QUAIS AS VANTAGENS?



71%

das pessoas conectadas
afirmam seguir algum
tipo de influenciador

62%

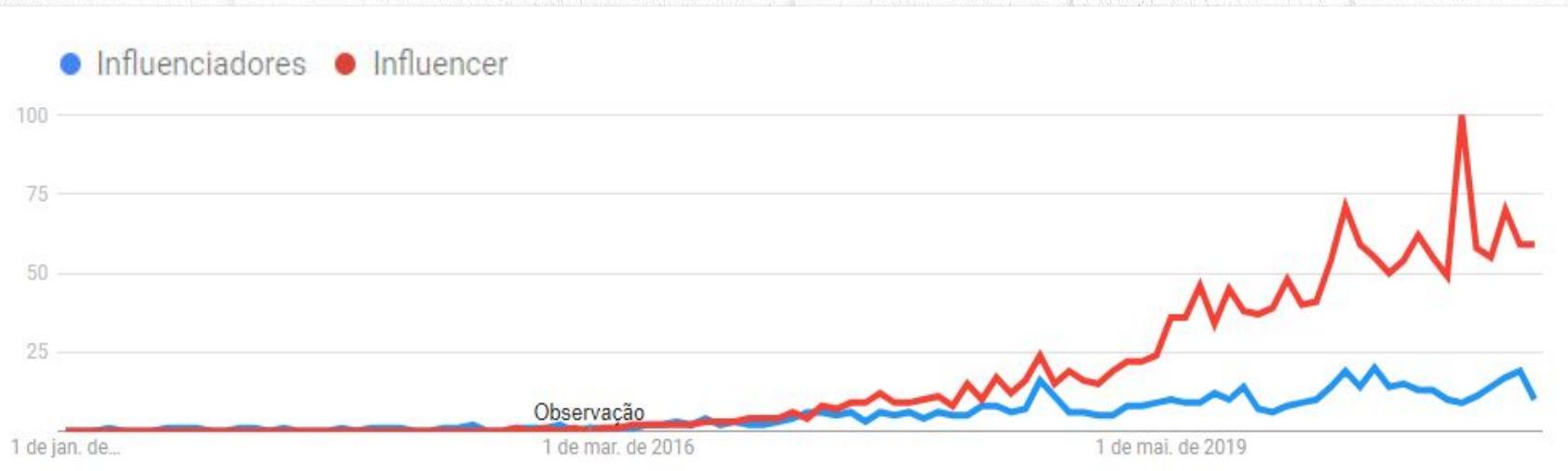
afirmam possuir um
influenciador favorito

45%

das pessoas afirmam já ter
comprado algum produto
por indicação de suas
personalidades favoritas.

Adquirir novos clientes
Gerar valor e confiança para sua marca
Reter clientes já existentes
Influenciar na decisão de compra do público certo

CRESCIMENTO



CRESCIMENTO



Somos o 3º

país com o maior número de usuários do **YouTube** (83 milhões)



Somos o 3º

país com o maior número de usuários do **Instagram** (99 milhões)

45%

dos usuários de internet na América Latina usam **blockadeadores de anúncios** por conta do excesso dos mesmos

95%

da população online brasileira assiste a vídeos no **YouTube**

63%

dos brasileiros acessam sua conta do Instagram **várias vezes ao dia**

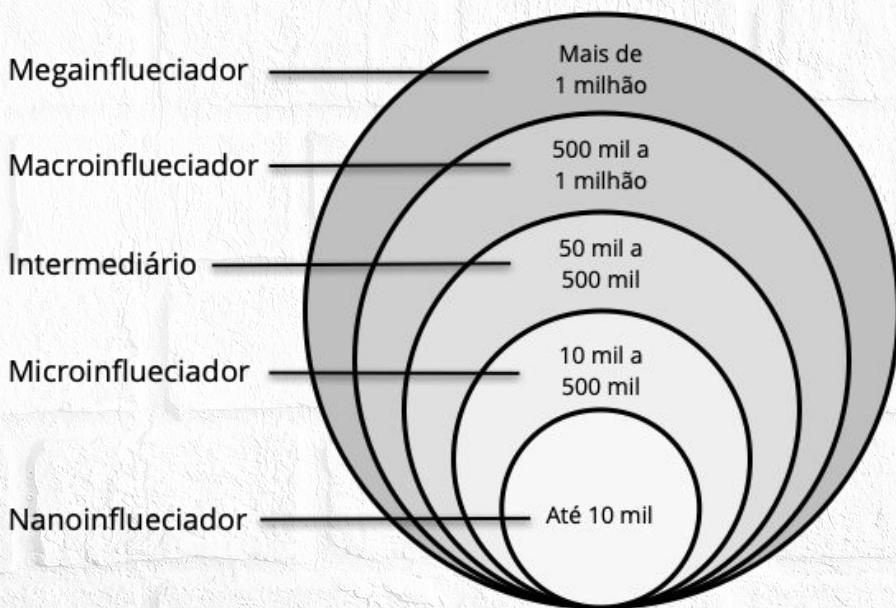
65%

afirmam seguir influenciadores digitais em seu Instagram

TIPOS DE INFLUENCIADORES



Classificação de influenciadores pelo número de seguidores numa rede social



Fonte:

 Influency.me

TIPOS DE PARCERIAS



Recebidos

produtos que as marcas enviam como presentes. precisa ser autêntico e relevante para chamar a atenção dos influenciadores que vão recebê-lo, aumentando a possibilidade de gerar divulgação espontânea

Publicidade

é quando a marca pede para um blogueiro testar e discretamente (ou não) divulgar o produto, seja por foto, texto ou vídeo

*obrigatório deixar claro que é uma ação comercial.

Collabs

é a colaboração, ou seja, quando você e outro influenciador de uma área relacionada ao seu nicho produzem conteúdo juntos

Recebidos



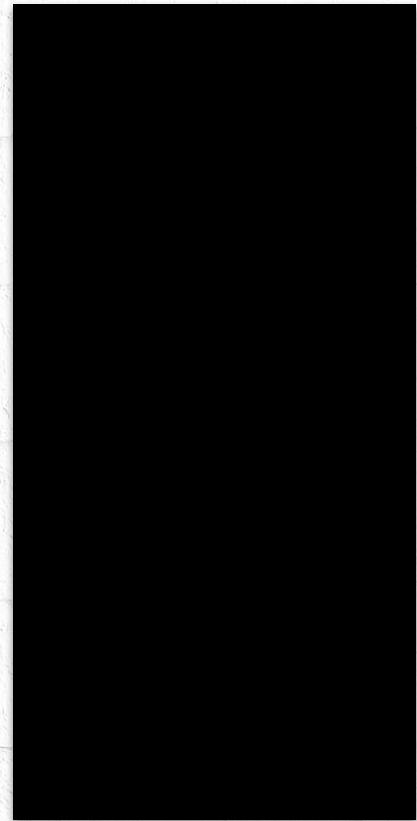
[Post Link](#)

Publicidade



[Post Link](#)

Collabs



[Post Link](#)

TENDÊNCIA



Influenciadores virtuais

[@pontofrio](https://www.instagram.com/pontofrio)



“O Pinguim, que dá voz e cara à marca nas redes sociais, virou um fenômeno. O personagem engraçadinho já ajudou o Ponto Frio a **faturar 20 milhões de reais com vendas via redes sociais.**”

TENDÊNCIA



Influenciadores virtuais



"Cozinhar é bom pra ansiedade"
Eu a cada 2 min vendo se o pão já tá pronto:



Nat Natura 
@naturabroficial

Hoje é o [#DiadoAbraço](#) e, por aqui, só dá para abraçar o Murumuru  Mas mesmo de longe, também dá para compartilhar carinho com quem a gente gosta: marca o @ dela aqui, envie uma mensagem fofa ou mande um presente da Natura que é a cara de quem você ama  = 

[Translate Tweet](#)



COMO COMEÇAR?



- Tenha objetivos claros e bem definidos
- Saiba exatamente quem é o público alvo
- Quem são os influenciadores ideais? (isso pode ser feito de forma manual, entrando em contato com os mesmos ou via contratação de plataformas especializadas em marketing de influência)
- Defina como será o conteúdo e o que você espera dele
- Mensure os resultados

Seguidores são tão a métrica mais importante!

**É possível iniciar parcerias e publicidades de forma acessível com quem está começando.
Consuma conteúdo no nicho e acompanhe os usuários.**