

# Marketing de Influência

The background of the image is a dark, blurred collage of various elements, including what appears to be a smartphone screen showing a social media profile, a book cover with the text 'WATER OF POWER', and other indistinct shapes and colors. The main text 'Marketing de Influência' is centered in a bold, yellow-green font. Below the text, there are several horizontal pink lines that look like a scribble or a signature.

## 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 estreou 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%**

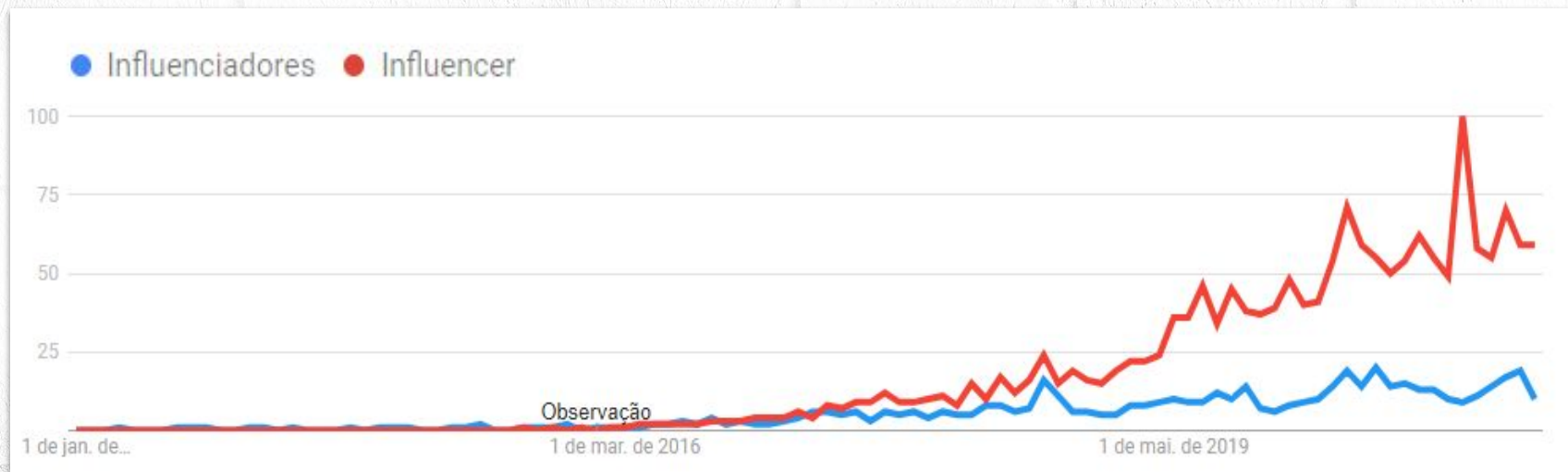
afirmam possuir um  
influenciador favorito

**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)

**45%**

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

**95%**

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



**Somos o 3º**

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

**63%**

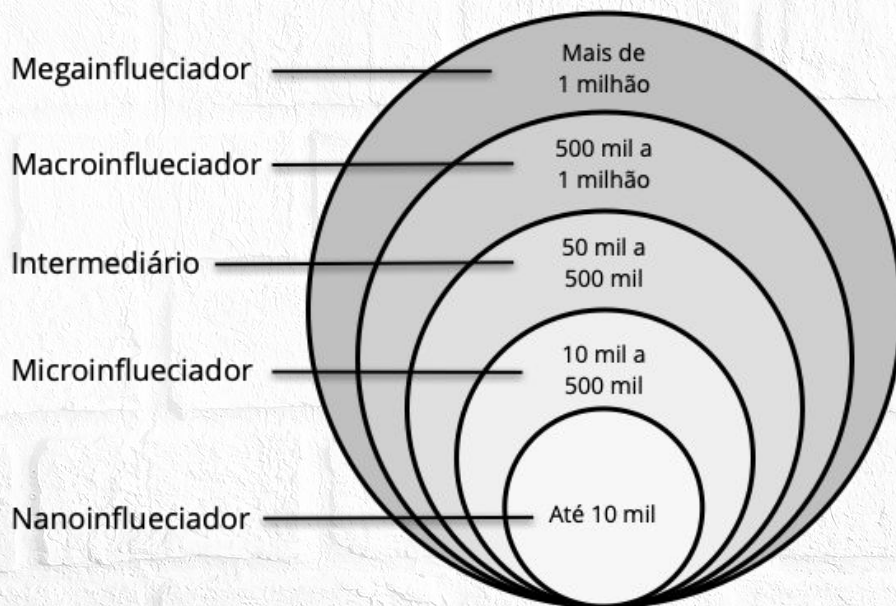
dos brasileiros acessam sua  
conta do Instagram **várias**  
**vezes ao dia**

**65%**

afirmam seguir  
influenciadores digitais em  
seu Instagram



### Classificação de influenciadores pelo número de seguidores numa rede social



Fonte:

 [influency.me](https://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

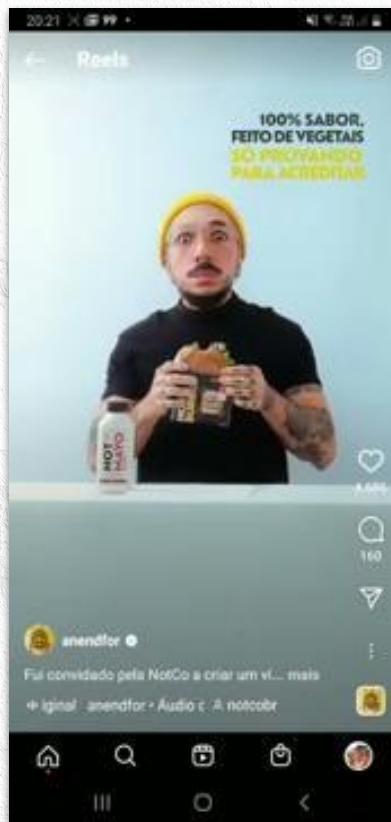


## Recebidos



[Post Link](#)

## Publicidade



[Post Link](#)

## Collabs



[Post Link](#)

## TENDÊNCIA



## Influenciadores virtuais

[@pontofrio](#)



“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  
@naturabrofficial

Hoje é o [#DiadoAbrço](#) 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.**