GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Es rentable para todas las empresas colaborar con microinfluencers?

Actualidad Empresarial | 18/10/2023 | 00:00

Uno de los medios publicitarios más atractivos del momento son las campañas con microinfluencers, aunque todavía existen firmas que desconocen su verdadera efectividad. Actualmente, muchas marcas realizan este tipo de estrategias para mejorar su alcance y percepción.

Un microinfluencer es un usuario que comparte contenido de interés para él mismo y sus seguidores en redes sociales y se caracteriza por contar con una comunidad segmentada que interactúa y confía en su opinión. En este sentido, FuelYourBrands, la plataforma que ha revolucionado el marketing de microinfluencers gracias al uso de la tecnología, explica los beneficios que genera este tipo de creador de contenido, la forma de medir su efectividad y cómo aprovechar la automatización para crear campañas con base en la marca.

Ventajas de hacer campañas de marketing de microinfluencers en España

Tener presencia en redes sociales es fundamental para las marcas porque les permite alcanzar a un público diverso. Por eso, los microinfluencers se han convertido en una herramienta poderosa para las mismas, ya que generan una comunicación no intrusiva, suponiendo una gran ventaja para las marcas en comparación con la publicidad digital tradicional.

Según un estudio realizado por AIMC, el 85 % de los españoles usan redes sociales, mientras que el 51 % de las cuentas más seguidas son influencers, como refleja el Estudio Anual de Redes Sociales 2023 de IAB Spain.

Esto evidencia que los usuarios demandan cada vez más el factor humano, lo que ha ampliado el alcance del marketing de influencers. Estos usuarios comparten su día a día con sus seguidores, haciéndoles partícipes y conocedores de sus gustos, hábitos e intereses. Inclusive, los followers establecen una conexión personal por medio de la interacción, llegando a ser percibidos casi como amigos. Además, los microinfluencers en España están altamente especializados en un campo específico, es por ello que su audiencia está tan segmentada.

Medir la verdadera efectividad de un microinfluencer con FuelYourBrands

Antes de escoger un perfil para generar una campaña, es importante analizar la calidad de los resultados que se pueden esperar del mismo. Estos estarán determinados por el ER

(‘engagement rate’) y se medirán según el número de personas alcanzadas o impactadas con el contenido de los colaboradores, el conocimiento de la marca por parte de potenciales clientes y la conversación creada en redes sociales alrededor de la misma. Todo ello se consigue a través del contenido publicado por los influencers que colaboraron en la campaña, cuyos ratios serán mayores con perfiles micro, por sus altos niveles de credibilidad y ER.

Ahora bien, FuelYourBrands es una plataforma que facilita el contacto y la colaboración entre microinfluencers y marcas. Con la cual, se automatiza la creación y manejo de campañas, optimizando tiempos e inversión.

La plataforma cuenta con una comunidad de más de 20.000 microinfluencers que ya están segmentados según intereses, ubicación, género, edad y red social, lo que facilita la selección de los más adecuados. Igualmente, los perfiles están auditados bajo estándares óptimos de calidad y ER actualizados para potenciar el éxito de la campaña. Además, el proceso de selección es orgánico, ya que el influencer es quien se apunta a la campaña que le parece más adecuada a su contenido, favoreciendo la credibilidad de la comunicación y el compromiso del creador con la marca.

En conclusión, todas las marcas, sin importar su tamaño o sector, pueden obtener beneficios al trabajar con microinfluencers en España. Estos les permiten lograr una mayor visibilidad, credibilidad, alcance segmentado y porcentaje de interacciones con la audiencia.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/219618-es-rentable-para-todas-las-empresas-colaborar-con-microinfluencers.htm