

Marketing de influencers

Ponente: Fran Vázquez



Financiado por:



¿Quién soy?



FRAN VÁZQUEZ

**Profesional senior de Marketing
y Transformación Digital,
Docente y Speaker**



Formación Académica

- Máster en Data Management e Innovación Tecnológica por la Universidad de Barcelona (UB).
- Socio Oficial Certificado de Google (Ads y Analytics).
- Máster de Gestión de Redes Sociales por la Universidad Pablo de Olavide.
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla.



Experiencia profesional

- Ha trabajado en proyectos digitales de grandes marcas como Alcampo, Tuenti o Ebro Foods.
- Ha diseñado y gestionado proyectos online institucionales de la Junta de Andalucía.
- Ha sido speaker de eventos internacionales como Madrid OMEXPO Digital Marketing Congress.



Experiencia profesional docente

- CEA (2016-Actualidad). Formador especializado en Big Data, Analítica y Marketing Digital.
- Cámaras de Comercio a nivel nacional (2012-Actualidad). Formador de Marketing Digital.



Otros datos de Interés

Publicaciones;

- “Aplicaciones actuales de la comunicación e interacción digitales – Evolución de los medios de comunicación: nuevas plataformas y formas de comunicar a través de Internet” Editorial: ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana) Madrid Año 2015 ISBN: 978-84-16549-11-5 Clave: I
- Colaborador con sección propia (Enlace Bit) en la emisora de radio Esradio de Libertad Digital.

Hoja de ruta...

- Introducción al marketing de influencers.
- Estrategia de marketing de influencers.
- Colaboración efectiva con influencers.
- Medición y optimización de campañas de influencers.

1. Introducción al Marketing de Influencers

Claves: la marca personal



“No es lo que crees que eres, sino cómo te ven los demás”.

Claves: reputación online



Fundamental la monitorización digital con herramientas.

Claves: reputación online



Fundamental la monitorización digital con herramientas.

¿Qué es el marketing de influencers?



El marketing de influencers es una forma de publicidad en la que las marcas utilizan creadores de contenido para promocionar sus productos o servicios.

Cualidades de un buen influencer

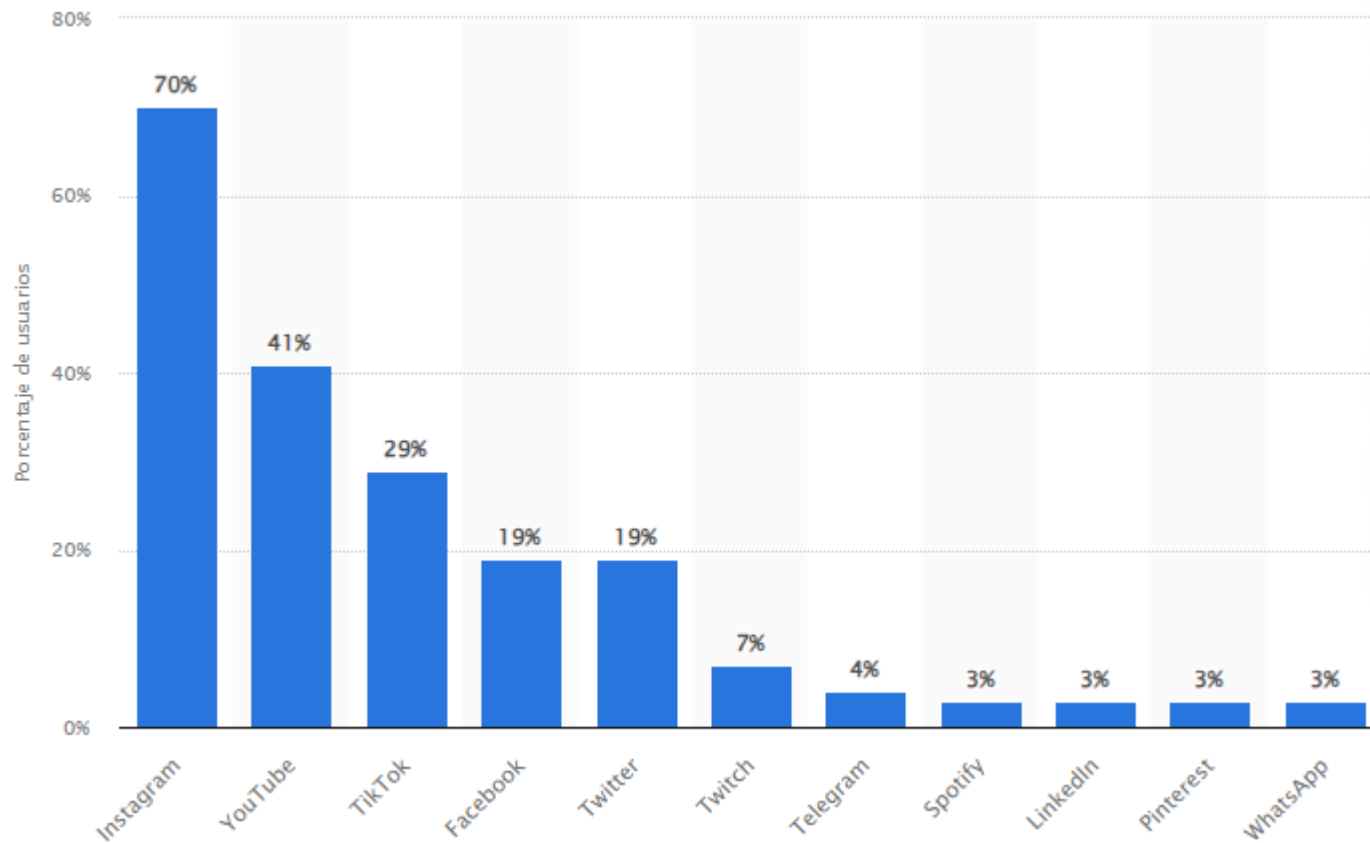
- Autenticidad
- Transparencia
- Credibilidad
- Honestidad
- Coherencia
- Naturalidad



Tipos de influencer

- Celebrities o famosos
- Top de influencers: creadores de contenido de más de 1 millón de seguidores
- Megainfluencers: creadores de contenido que tienen entre 500K y 1M
- Macroinfluencer: entre 100.000 y 500.000 seguidores
- Mindinfluencers: entre 50.000 y 100.000 seguidores
- Microinfluencers: entre 10.000 y 50.000 seguidores
- Nanoinfluencers: entre 1.000 y 10.000 seguidores

Algunos datos en España...



¿Cuáles son las acciones habituales del influencer?

- Crear contenido de calidad
- Colaboración con otros influencers
- Utilizan hashtags específicos
- Publicidad en redes sociales
- Interactúan y responden a los comentarios
- Comparten su contenido de valor en diferentes redes sociales
- Incluyen enlaces en sus publicaciones para conseguir leads



2. Estrategia de Marketing de Influencers

Objetivos generales del marketing de influencers

- **Imagen de marca (branding):**

- Dar a conocer una marca o nuevo producto
- Aumentar la imagen de una marca

- **Conversiones (performance):**

- Conseguir tráfico a una web específica
- Conseguir leads
- Incrementar el número de seguidores de una marca
- Descargar aplicaciones, documentos, etc
- Vender un determinado producto



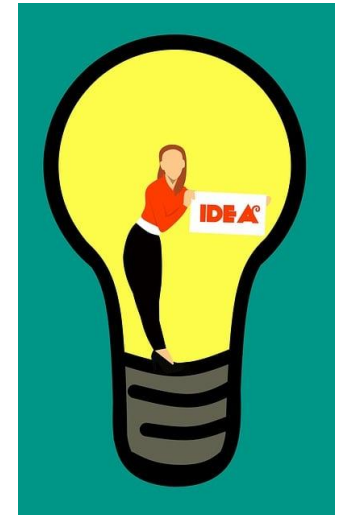
Factores a tener en cuenta para trabajar con influencers

- Reputación
- Nicho al que se dirige y tipo de contenido
- Fidelización de su comunidad
- Empatía con nuestra marca
- Alcance de sus publicaciones
- Tasa de engagement e interacción
- Vender un determinado producto



¿Cómo integrar una campaña de mk de influencers en nuestra estrategia digital?

- Como acción táctica de imagen de marca
- Como representante/embajador del producto/servicio
- Como dinamizador en la redes sociales de la empresa
- Como impulso a las reseñas y recomendaciones de producto
- Como promotor a través de sorteos o concursos
- Como referentes en eventos de presentación de marca o producto/servicio



3. Colaboración efectiva con Influencers

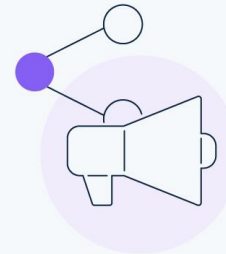
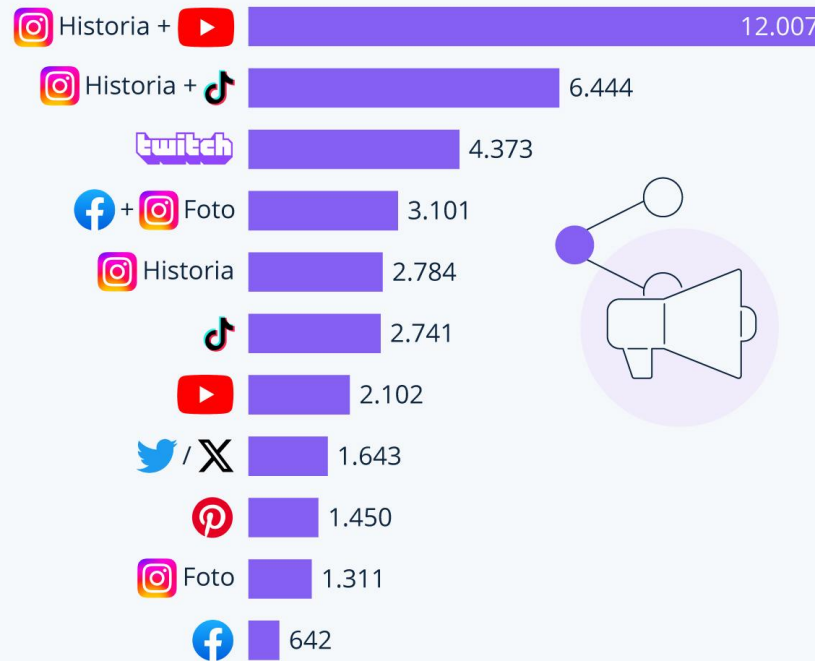
Pasos para trabajar con un influencer

- **Realizar una primera selección de los influencers que nos interesan:**
 - Ponernos en contacto con ellos o sus agencias de representación.
 - Solicitar información sobre su fee y sus métricas así como enviarles un pequeño briefing sobre la marca y la acción a realizar.
- **Solicitar que nos envíen una captura de pantalla de las estadísticas de sus cuentas**
 - Generalmente los fee se pueden negociar para que encajen en nuestro presupuesto.
- **Una vez aceptadas las condiciones económicas por parte del influencer, hemos de enviarle el briefing completo del contenido que tiene que crear y el contrato donde se especifican estos puntos:**
 - Objetivo de la marca, red social, acción, tipo de contenido, número de publicaciones, duración de vídeos, hashtags, menciones, fecha de entrega de borradores, fecha de publicación, fecha de entrega de estadísticas, honorarios y fecha de pago.

¿Cuánto cobra un influencer?

¿Qué plataformas son más lucrativas para los influencers?

Precio medio de un post patrocinado para creadores de contenidos en 2022 (en USD)



Plataformas seleccionadas.

Fuente: IZEA 2023 State of Influencer Earnings



Ejemplo práctico de presupuestos...

- **A través de una agencia de representación:**

- Influencers con 400.000 seguidores: 3000€ por vídeo, 11.000€ para 4 vídeos.
- Influencer con 25.000 seguidores: 800€ por vídeo, 3.000€ para 4 vídeos.

- **Influencers contactados directamente:**

- Influencers con 600.000 seguidores: 950€ por vídeo.
- Influencer con 80.000 seguidores: 600€ por vídeo.
- Influencer con 50.000 seguidores: 300€ por vídeo.

- **Consejos para calcular un coste aceptable:**

- Instagram: CPV: 0,030€
- TikTok: CPV: 0,010,€
- Youtube: CPV: 0,050€

¿Y sobre el marco legal de contratación?

- **Especificar claramente en el contrato:**

- Nombre de la empresa o agencia del influencer.
- Objetivo del contrato.
- Briefing detallado de la acción (puede incluirse como un anexo).
- Fecha de entrega de borradores.
- Fecha de entrega de material final.
- Fecha de publicación
- Honorarios de la acción y fecha de pago.
- Cláusulas de confidencialidad.
- Tiempo de exclusividad y de cesión de derechos de imagen (acotar para la realización de campaña).
- Periodo de campaña si se realizara paid media.



Ejemplos de plataformas para encontrar influencers

Find **sports** influencers in Lima

- 👉 **Global** creators search engine
- 👉 Audience **demographics**
- 👉 Authenticity **analysis**
- 👉 **Bulk** lists and CRM

Book a demo

Start free trial



Ejemplos de plataformas para encontrar influencers

[Funcionalidades](#)[Precio](#)[Idioma](#)[Iniciar sesión](#)

Encuentra Influencers para ti

Descubre Influencers adecuados con nuestra herramienta de IA que encuentra coincidencias con millones de influencers y su audiencia objetivo de marca.

[Empieza gratis >](#)

No te pediremos tu tarjeta

Ejemplos de plataformas para encontrar influencers

 HypeAuditor

🔍 Analizar a un influencer

Plataforma ▾

Soluciones ▾

Recursos ▾

Precios

👤 Para influencers

Comienza gratis ○

[Solicita una demo](#)



Solución todo en uno para potenciar tu marketing con influencers

Administra el ciclo de vida completo de tus campañas de marketing con influencers

Analíticas de influencers

Descubrimiento de influencers

Administración de campañas

Planes de redes

Tendencias y clasificaciones

Análisis de la competencia

Conoce las últimas tendencias y conocimientos del marketing con influencers

CONOCER AHORA

No, gracias



Ejemplos de plataformas que ofrecen campañas de influencers



SOCIAL.PUBLICI INFLUENCERS MARCAS Y AGENCIAS SOLUCIONES RECURSOS DEMO BLOG REGISTRATE INICIO DE SESIÓN ES

La plataforma que conecta Anunciantes con Influencers

La mejor forma de crear, gestionar y medir tus campañas con influencers

SOY UNA MARCA SOY UN INFLUENCER

Ejemplos de plataformas que ofrecen campañas de influencers



TECNOLOGÍA

CASE STUDIES

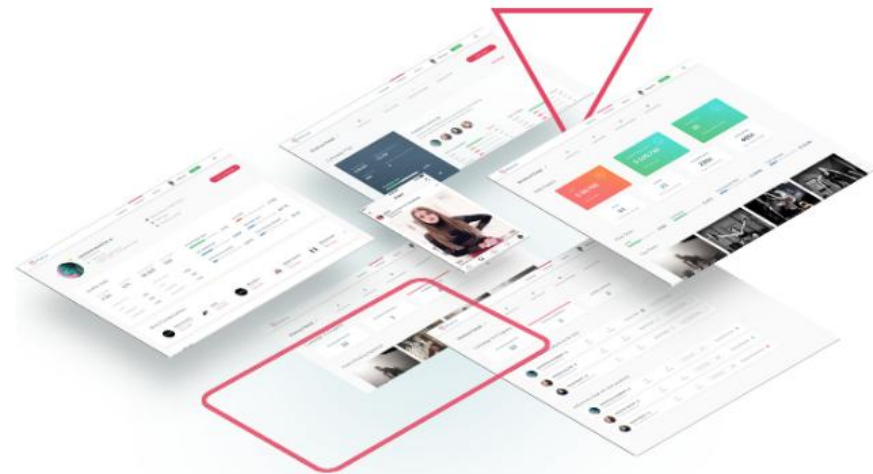
LOG IN

EMPIEZA YA

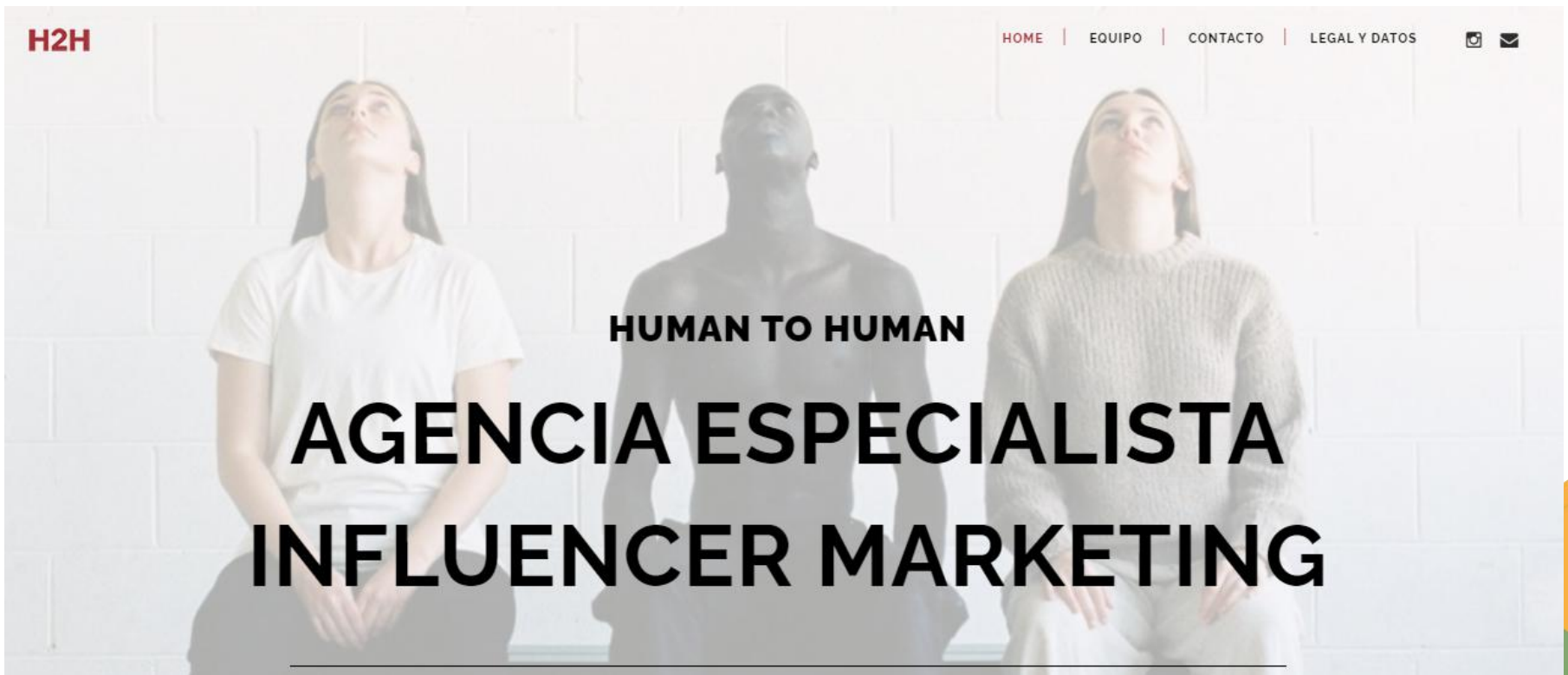
Influencer marketing que produce resultados para marcas líderes con tecnología propia

Estrategia y servicio completo de influencer marketing para optimizar resultados.

EMPIEZA YA



Ejemplos de agencias de influencer marketing más importantes en España



Ejemplos de agencias de influencer marketing más importantes en España



SAMYROAD

Soluciones *de Influencer* Marketing

CONTACTO →

Bienvenido a SamyRoad, la agencia de influencer marketing que estabas buscando



The image shows a website banner for SamyRoad. It features a woman's face in the background. The text 'Soluciones de Influencer Marketing' is prominently displayed in white. On the left, there is a vertical logo 'SAMYROAD'. Below the main text, there is a 'CONTACTO →' button and a small hourglass icon. On the right, there is a welcome message in Italian: 'Bienvenido a SamyRoad, la agencia de influencer marketing que estabas buscando'.

Ejemplos de agencias de representación



Ejemplos de agencias de representación

OLYMPIA

Inicio

Servicios

Marcas

Influencers

Nosotras

Contacto

¿Quieres saber cuáles son nuestros influencers?

Contáctanos y seleccionaremos los más afines a tu marca

Contactar



Valoramos la integridad, la transparencia y la autenticidad por encima de todo. Nos



La calidad es tomada en serio. Nos aseguramos de que el contenido sea auténtico y



Trabajamos con los influencers más talentosos y apasionados del mundo que crean contenido



4. Medición y optimización de campañas con Influencers

Métricas más importantes de un influencer

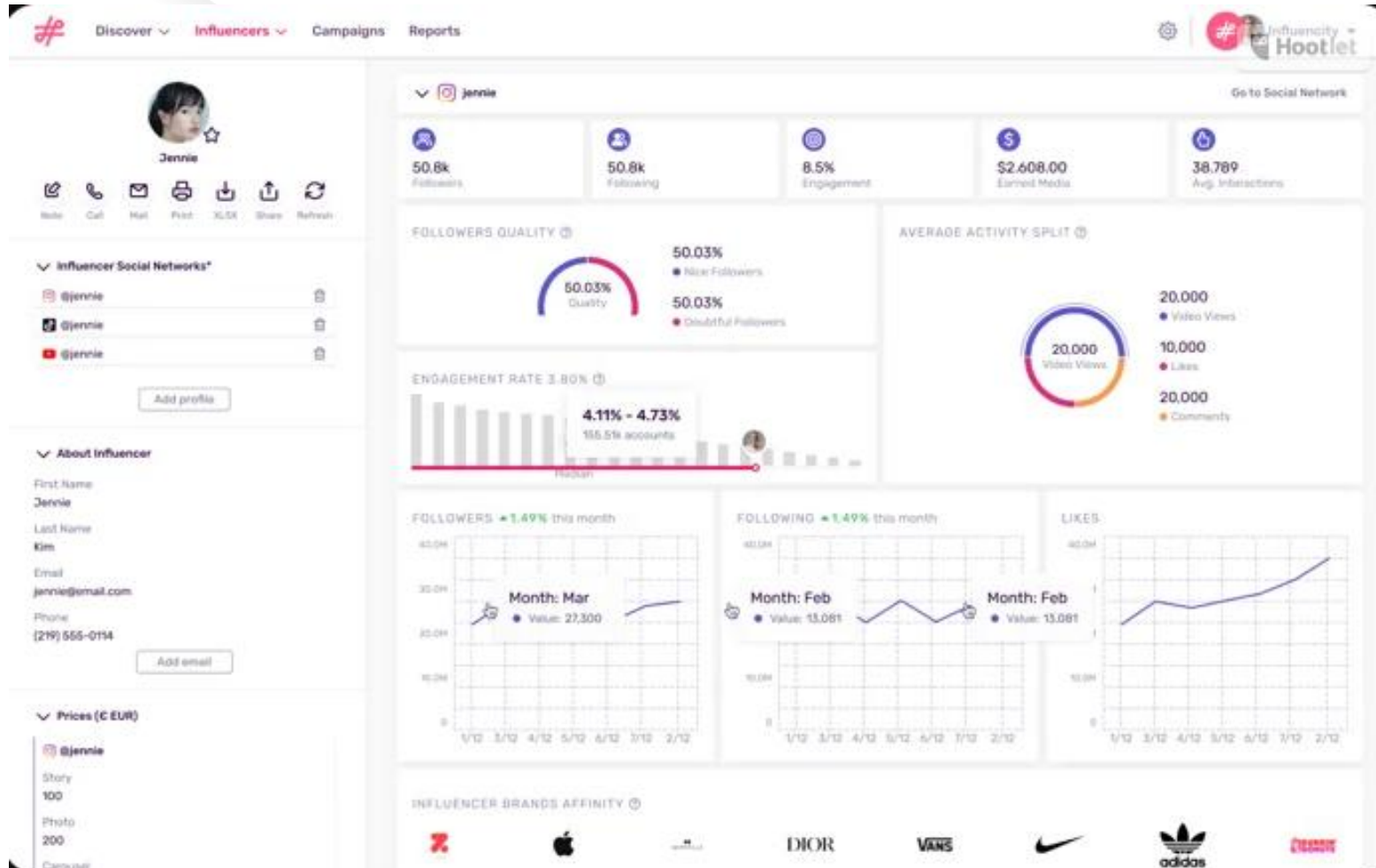
- **Visualizaciones:** viene determinado por el engagement del influencer (interacciones MG y comments)
- **Publicaciones compartidas:** da la oportunidad de multiplicar el alcance.
- **Publicaciones guardadas:** muestran interés por el contenido del influencer.
- **Tiempo de reproducción:** son métricas básicas si el influencer ha publicado un vídeo.
- **Comentarios:** influye en el alcance y la exposición del contenido.

KPIs de optimización para una campaña de influencers



- **Impresiones:** cantidad de veces que el contenido del influencer apareció en el feed de los usuarios.
- **Reproducciones:** número de veces que se ha visto un vídeo (reel, TikTok, Youtube).
- **Alcance:** cantidad de usuarios únicos que han visto una publicación.

Ejemplo de medición de KPIs con Influencity



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



[/CEA.es](https://www.facebook.com/CEA.es)



[@CEA.es_](https://twitter.com/CEA.es)



[/CEA.es](https://www.youtube.com/CEA.es)



Gracias

[linkedin.com/in/fjvazquez](https://www.linkedin.com/in/fjvazquez)

info@fran-vazquez.com



Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Financiado por:



Colaboran:

