#KINGSoftheCampaigns

I Estudio de Anunciantes con Influencers

29 ENERO 2019

SOCIALPUBLI.COM

Colabora: Influencers

¿Por qué un estudio de anunciantes con influencers?

SOCIALPUBLI.COM

¿Por qué un estudio de anunciantes?

SOCIALPUBLI.COM
#KINGSoftheCampaigns

1. Somos un marketplace de influencers con más de 3 años y más de 2.000 campañas realizadas.

2. Tenemos la tecnología para realizar campañas con influencers de forma automatizada.

3. Estamos presentes comercialmente en 7 países (España, Portugal, Francia, Estados Unidos, México, Colombia y Perú).

4. Nuestros clientes y anunciantes son los mejores conocedores del estado del marketing de influencers y sus tendencias. Ellos son los Reyes de las Campañas.

5. Nuestros influencers son los verdaderos prescriptores y creadores de tendencias. Están segmentados y hablan solo de lo que saben y les gusta. Porque Todos Somos Influencers.

6. Somos la Mejor Agencia de Influencers eAwards 2017 & 2018.

I Estudio de anunciantes con influencers 2019

SOCIALPUBLI.COM

METODOLOGIA

Metodología

SOCIALPUBLI.COM

#KINGSoftheCampaigns

150 encuestas respondidas por correo electrónico a un mix de anunciantes registrados en SocialPubli.com y que han lanzado al menos 1 campaña durante 2018, y profesionales del marketing digital de grandes empresas.

Los anunciantes proceden de España, Portugal, Estados Unidos, Colombia, México y Perú, localizaciones geográficas donde SocialPubli.com tiene departamento comercial.

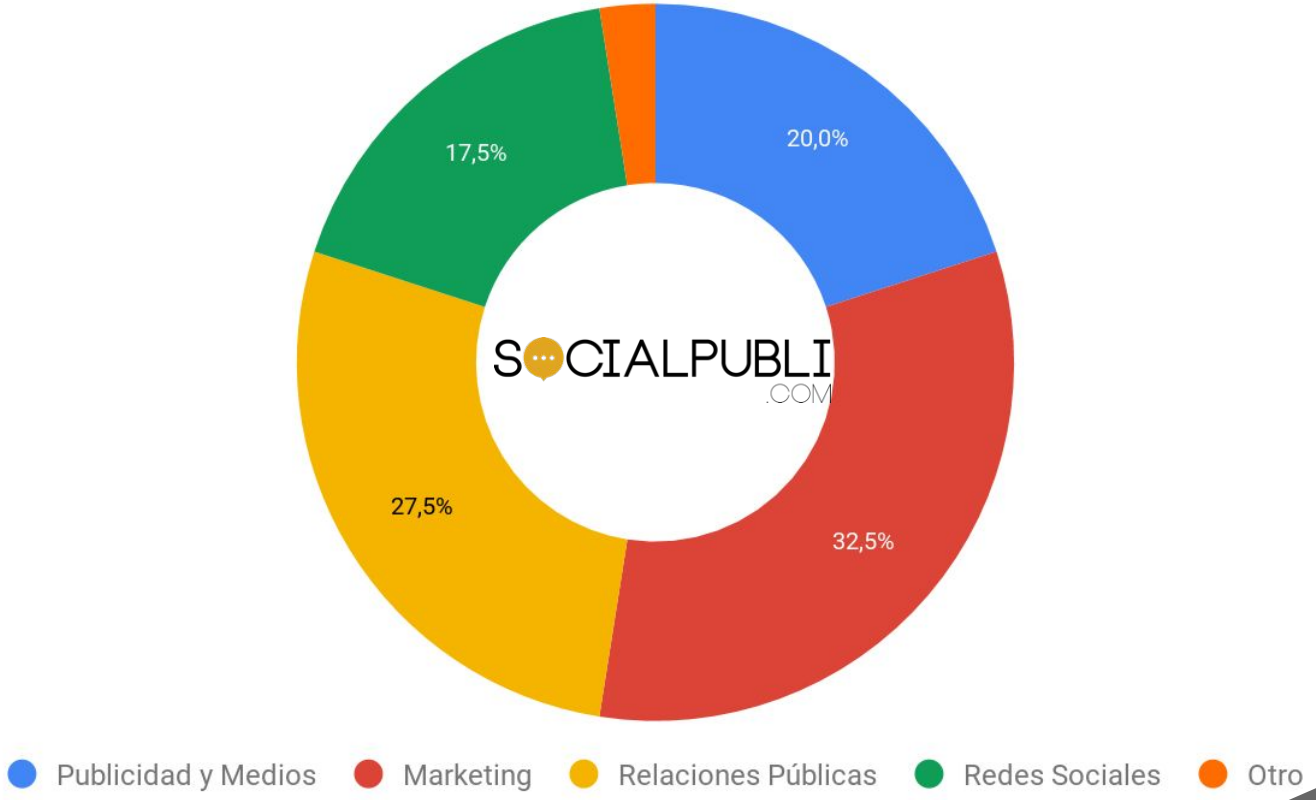
Metodología

SOCIALPUBLI.COM

#KINGSoftheCampaigns

¿En qué área o equipo trabajas?

© SocialPubli.com 2019



Son **profesionales de agencias** principalmente, que trabajan en Marketing, Relaciones Públicas, Publicidad y Medios, y Redes Sociales son el perfil que ha contestado a nuestro cuestionario.

Están habituados a trabajar con herramientas digitales y marketplaces como SocialPubli.com

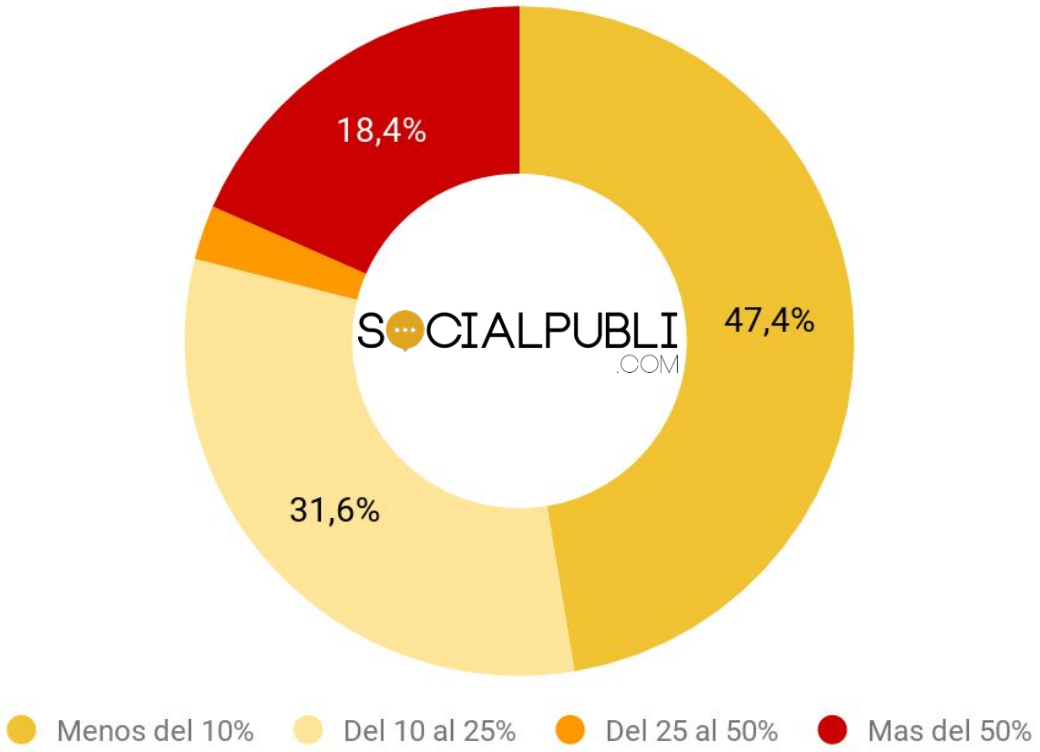
Metodología

SOCIALPUBLI.COM

#KINGSoftheCampaigns

¿Qué parte de tu presupuesto total de marketing está designado al marketing de influencers?

© SocialPubli.com 2019



Al ser profesionales del marketing digital, están habituados a incluir el marketing de influencers en sus estrategias.

Existe **un 18,7% de los anunciantes** que **invierten más del 50% de su presupuesto** en influencers.

El 31,6% invierten entre el 10 y el 25% en marketing con influencers.

EL MARKETING DE INFLUENCERS

=

HERRAMIENTA DEL ANUNCIANTE

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

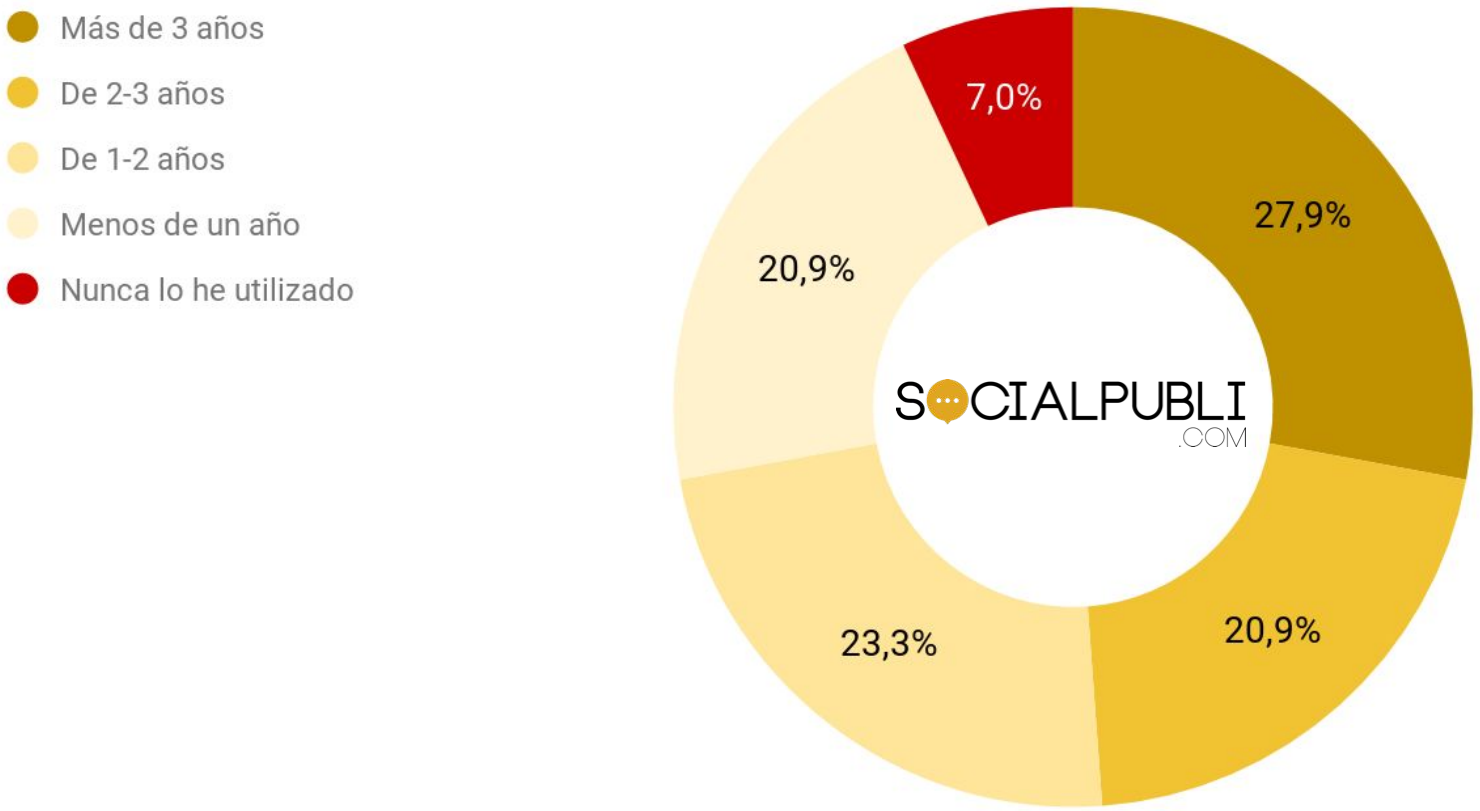
La muestra sondeada por SocialPubli.com utiliza en un 93% el marketing con influencers.

El mercado ha madurado y el 27,9% de los anunciantes llevan más de 3 años utilizando el marketing con influencers como un soporte más en sus estrategias de marketing.

Además, el 72 % de los anunciantes llevan más de 1 año utilizando el marketing con influencers.

¿Cuánto tiempo llevas usando el marketing de influencers como parte de tu estrategia de marketing?

© 2019 SocialPubli.com



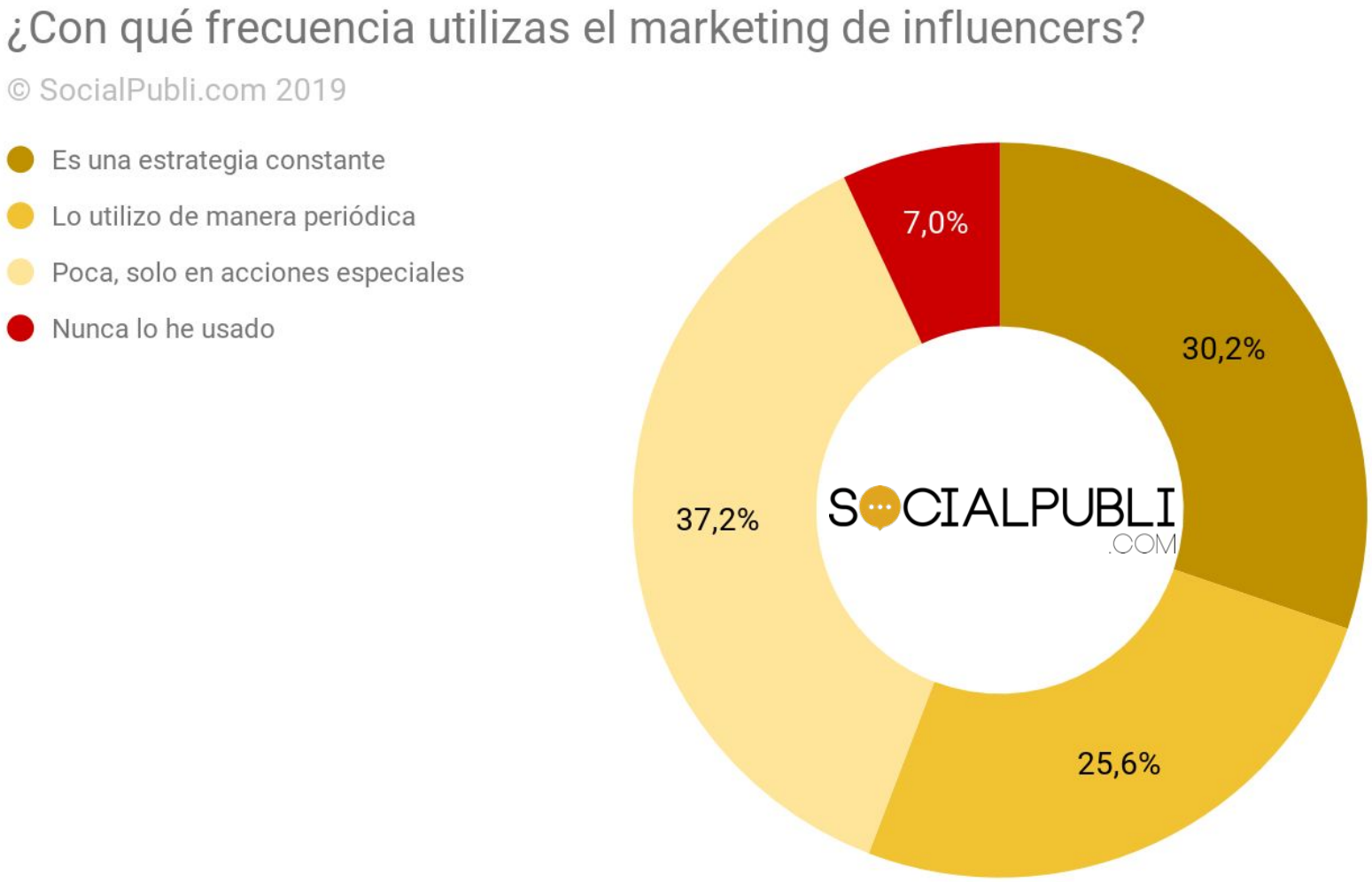
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Fruto de esa madurez del mercado, también el 93% de los profesionales encuestados utilizan el marketing con influencers.

El 55,8 % utilizan de forma habitual el marketing con influencers.

El 30,2 % de los anunciantes usan las acciones con influencers como una estrategia constante. Lo utilizan de manera periódica un 25,6% y de forma ocasional el 37,2%.



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

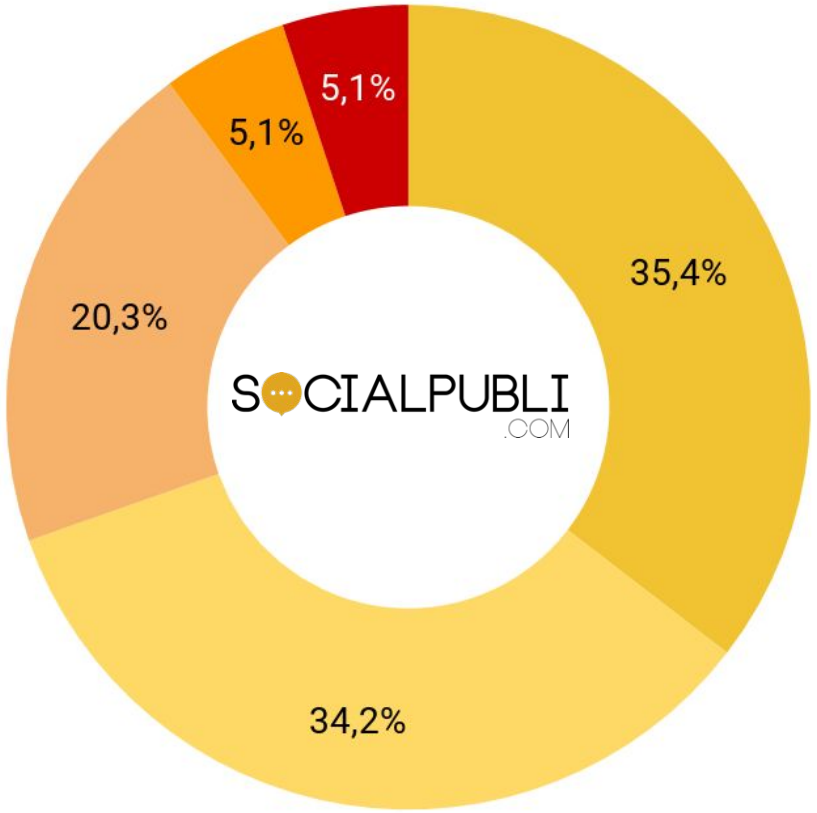
#KINGSoftheCampaigns

A la hora de promocionar contenidos o lanzar una campaña, evento o comunicación comercial, **los anunciantes eligen a los influencers como una de sus herramientas de marketing digital.**

En menor medida, también los utilizan para difundir anuncios corporativos o el manejo de crisis.

¿En cuál de las siguientes situaciones colaboras con influencers más frecuentemente?

© SocialPubli.com 2019



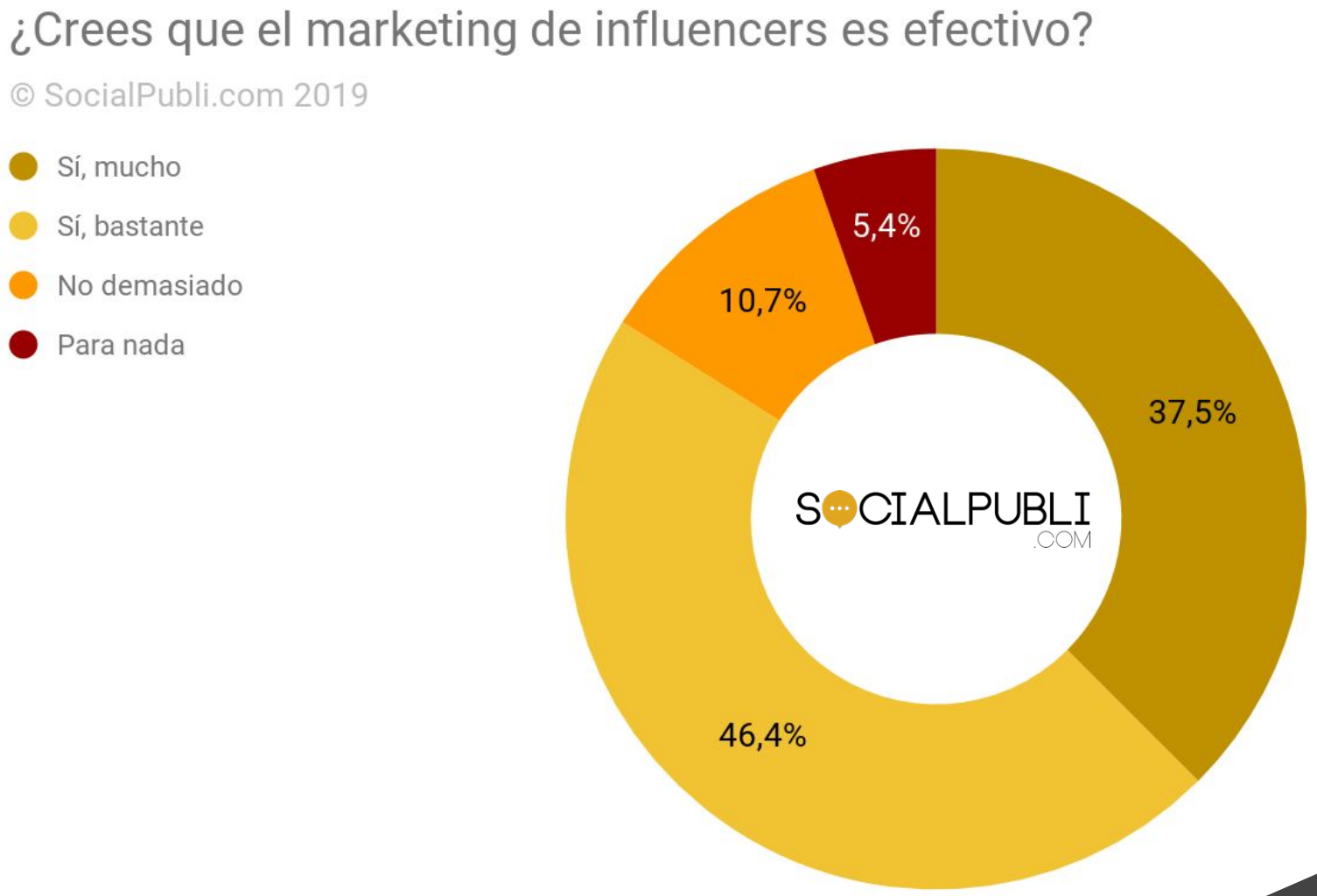
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

No hay duda.

Nuestros encuestados, **grandes anunciantes y grandes agencias, creen en un 84% que el marketing con influencers es efectivo** o muy efectivo.

Es una de las grandes conclusiones del estudio realizado, puesto que actualmente es una realidad que el marketing con influencers es utilizado con bastante asiduidad en las estrategias de marketing de las grandes agencias y marcas.

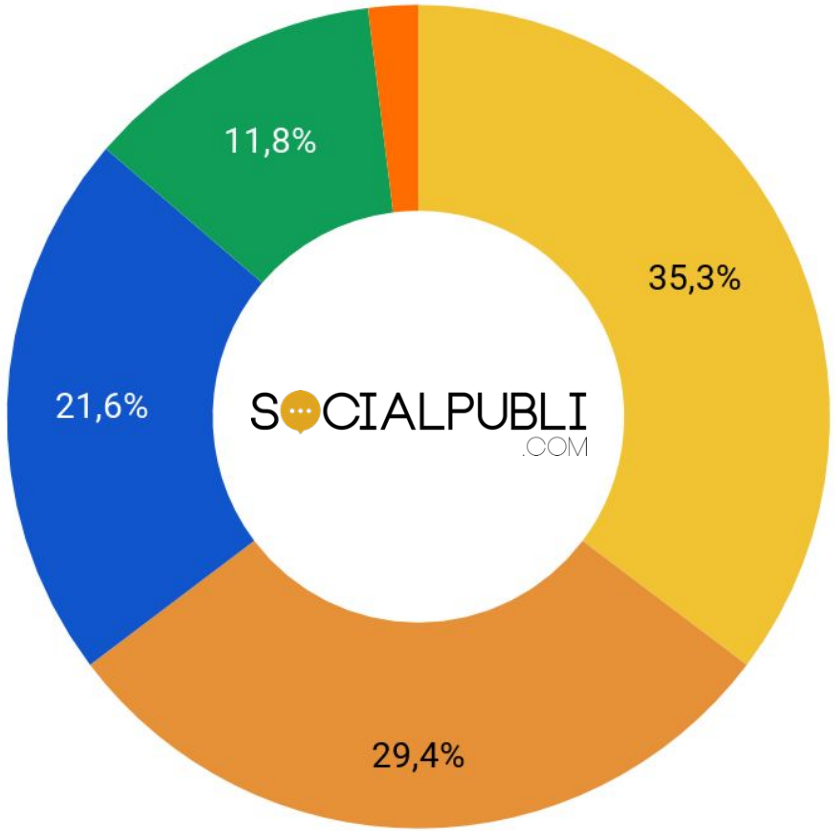


Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

¿Qué tipo de marketing digital crees que tiene mejor ROI?

© SocialPubli.com 2019



Preguntamos a profesionales del marketing digital qué tipo de marketing creen más efectivo, dejándoles elegir tan solo una opción.

El marketing con influencers seguido del SEO son sus primeras opciones seguidas de los Social Ads.

Recordemos que son profesionales en su mayoría del sector digital como vimos en la metodología.

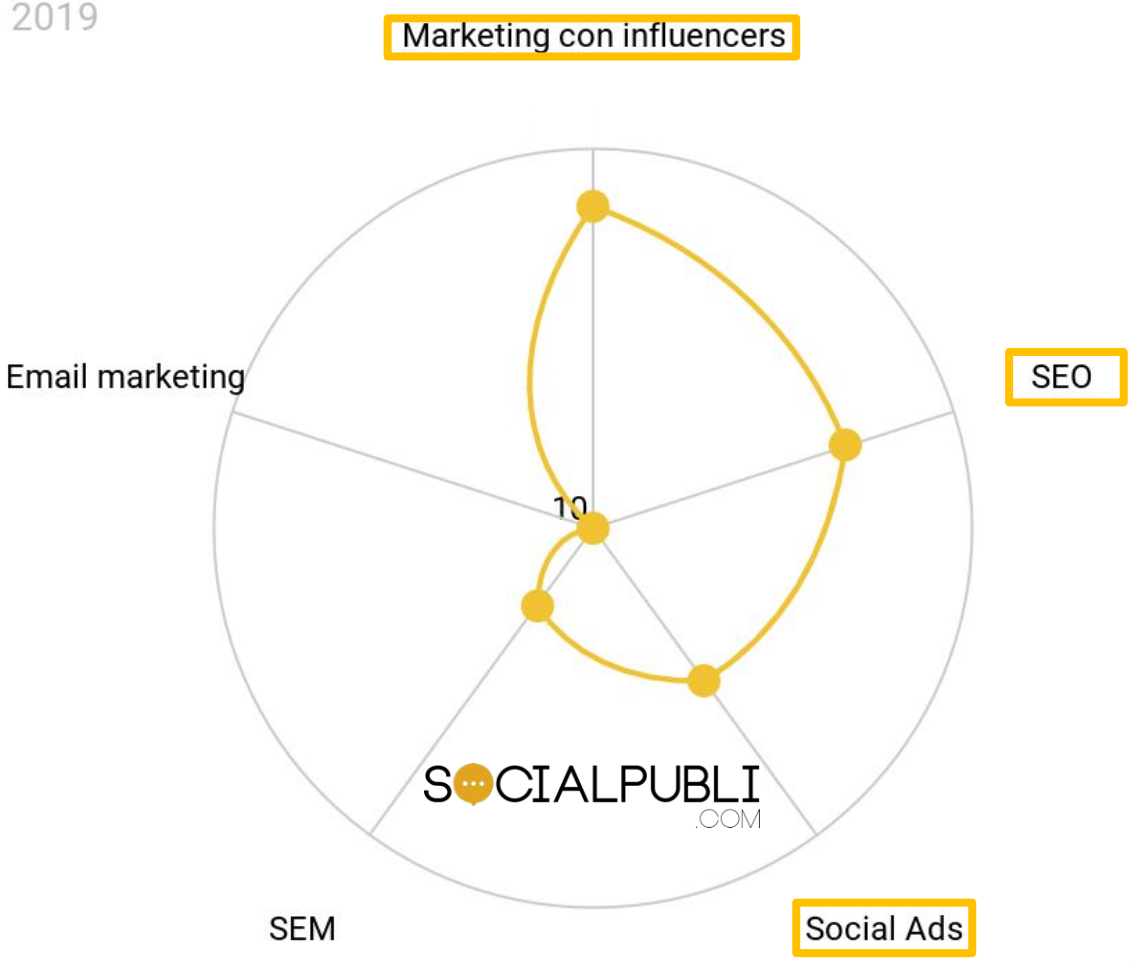
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Dibujamos un mix con estos resultados, y descubrimos que posicionar a la marca y difundir sus valores a través de embajadores o influencers y publicidad online con opciones de Social Ads y SEM o programática, son para nuestros anunciantes, las opciones correctas de una campaña.

¿Qué tipo de marketing digital crees que tiene mejor ROI?

© SocialPubli.com 2019



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

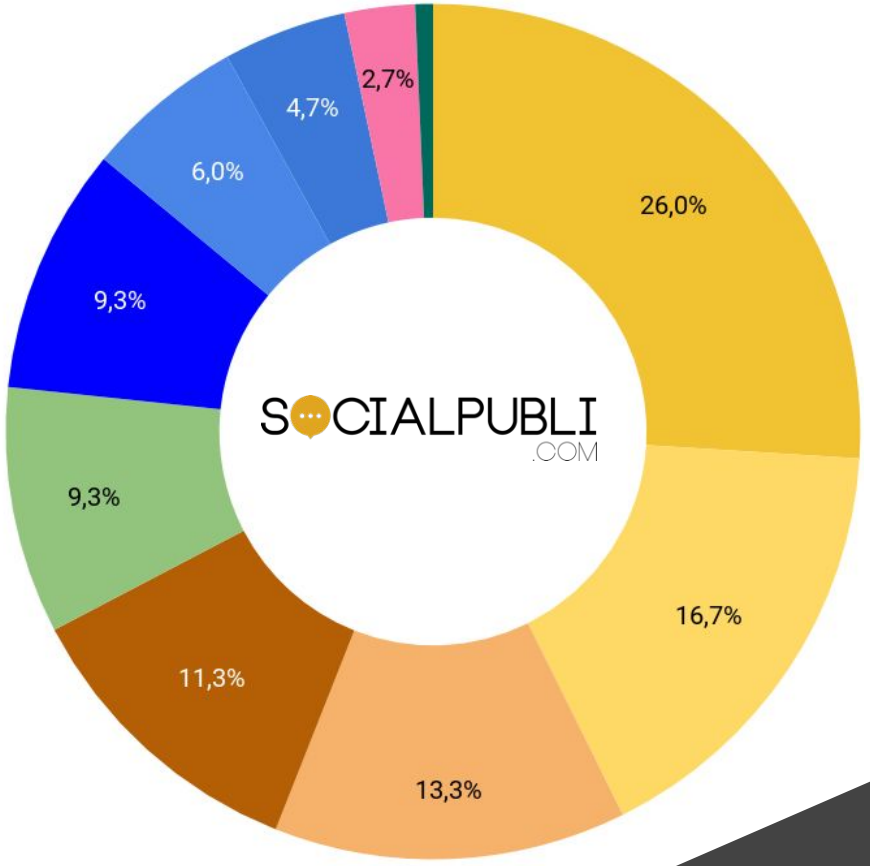
#KINGSoftheCampaigns

El propósito de los anunciantes es generar Brand Awareness.

El marketing con influencers es una utilizado para difundir el conocimiento de la marca, generar engagement y alcanzar nuevos públicos objetivos, en mayor parte.

¿Con qué propósito utilizas el marketing de influencers?

© SocialPubli.com 2019

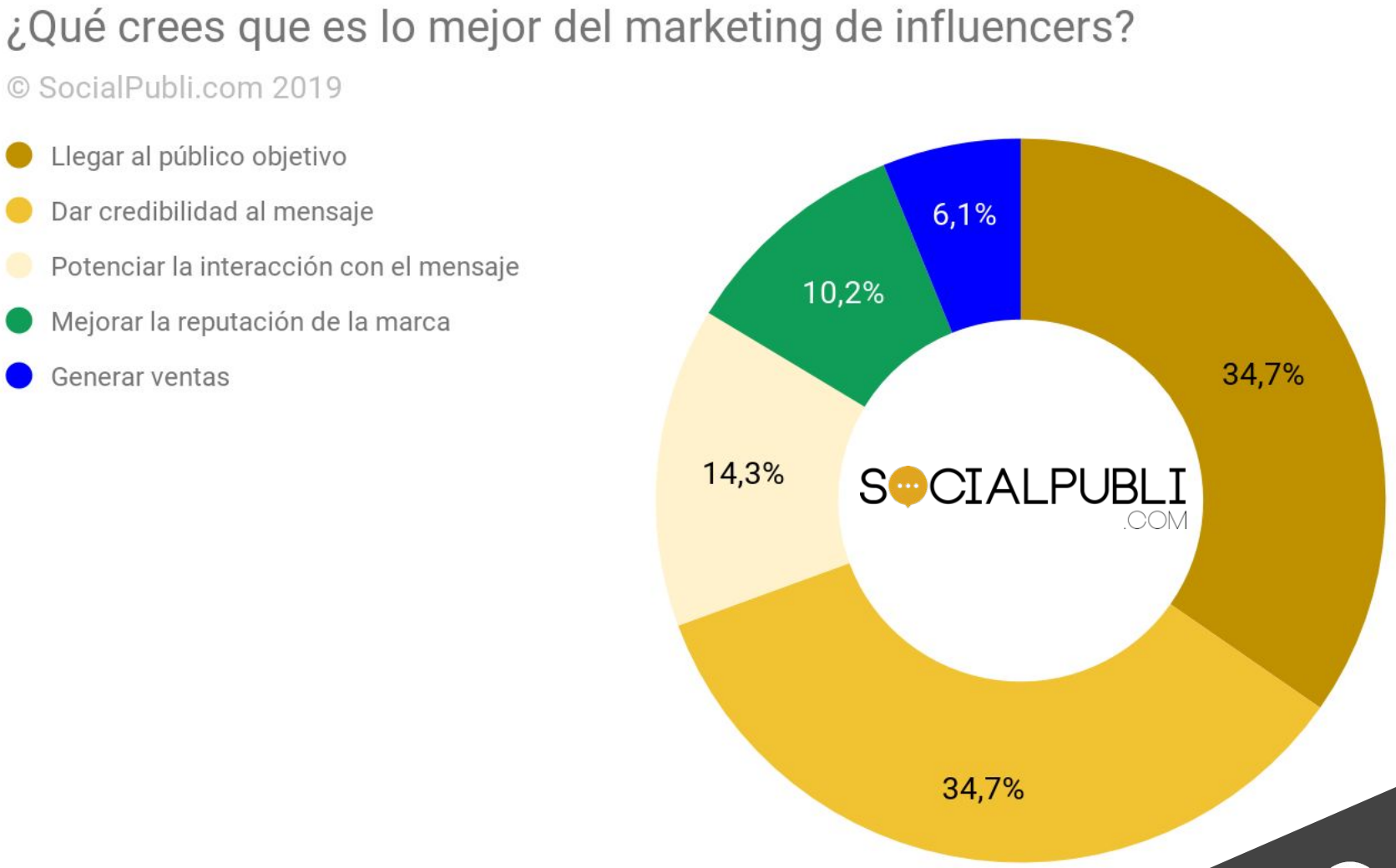


Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Utilizar el marketing de influencers para **alcanzar el público objetivo de las marcas y darle credibilidad al mensaje es lo mejor para el 69%** de las agencias y anunciantes encuestados.

Las ventas, es lo que menos destacan los anunciantes a la hora de elegir el marketing con influencers como su herramienta de marketing digital.



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

En SocialPubli.com:

- Garantizamos la autenticidad de los seguidores
- Identificamos a los influencers más relevantes
- Aseguramos la visibilidad del contenido frente a cambios de algoritmos
- Calculamos la compensación justa de cada influencer a través de la plataforma.
- Evitas la contratación directa de cientos de perfiles.
- Reducimos el tiempo que conlleva crear campañas.

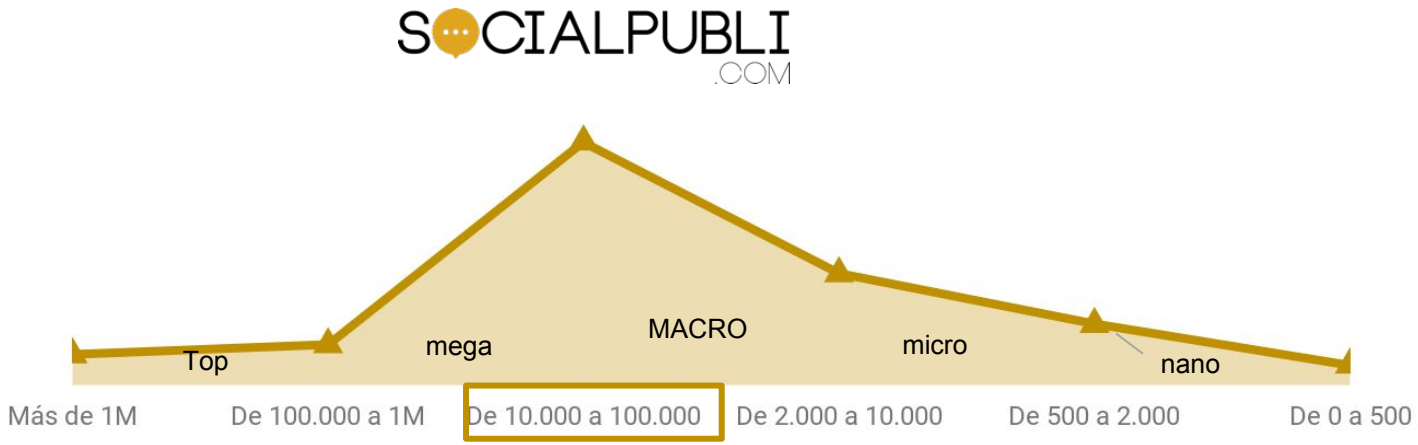
RADIOGRAFÍA DEL INFLUENCER SEGÚN EL ANUNCIANTE

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Número de seguidores ideal para un influencer, relacionando interacción

© SocialPubli.com 2019



En 2015 cuando iniciamos la andadura en el marketing con influencers, **los anunciantes solo confiaban en perfiles Top o celebrities de más de 1 Millón de seguidores.**

Distintos estudios, entre ellos el I Estudio Global de Microinfluencers, identificó una **tendencia** que claramente se está cumpliendo y es que **los microinfluencers y nanoinfluencers**, grupos que están por debajo de los 10.000 seguidores **tienen mayor engagement.**

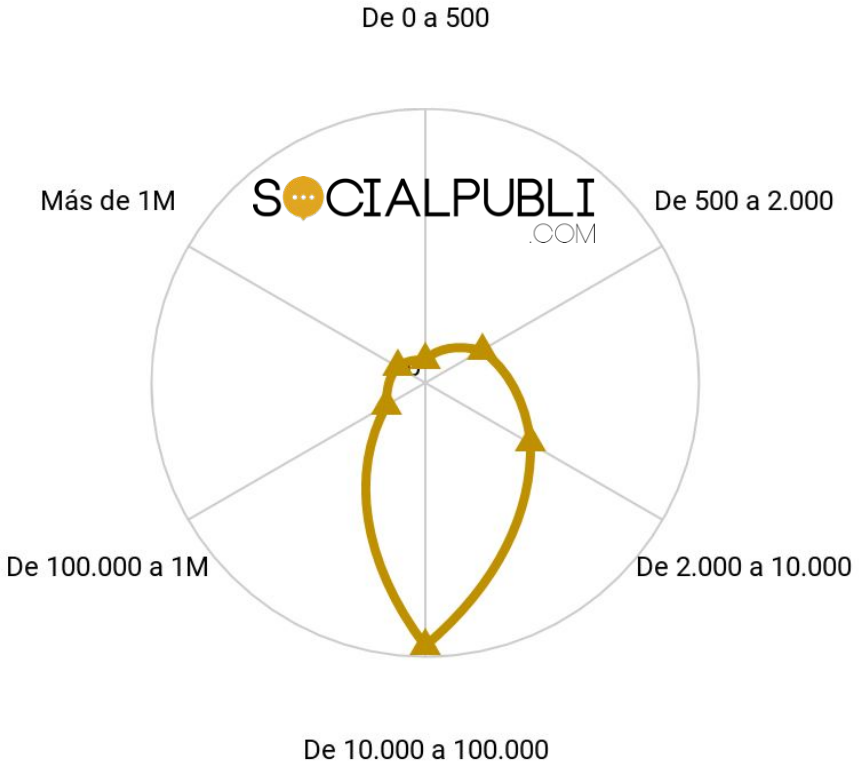
Los anunciantes encuestados ya no prefieren los top, **prefieren elegir un mix de macro y micro principalmente**, en un 50% de los casos.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Número de seguidores ideal para un influencer, relacionando interacción

© SocialPubli.com 2019



Representando el mix de influencers, el target del anunciante se ha ido moviendo en los últimos años de los influencers top a los microinfluencers.

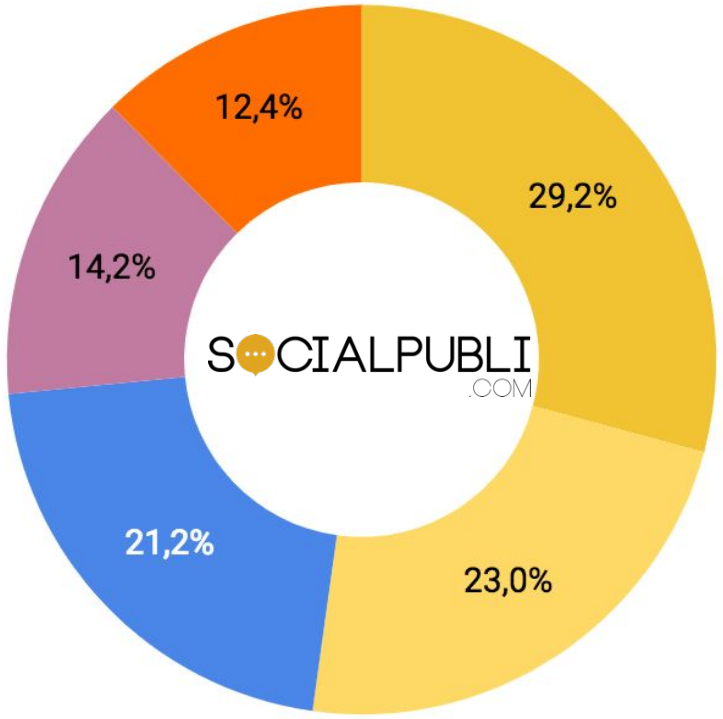
Se prevee que el marketing de microinfluencers y nanoinfluencers sea el target en los próximos años.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

A la hora de elegir influencers, ¿qué te parece más importante?

© SocialPubli.com 2019



Ratio de interacción · Calidad del contenido · Alcance o audiencia estimada · Número de seguidores · Precio total

El ratio de engagement o interacción (29,2%) y el tipo de contenido y su calidad (23%), son los principales parámetros a la hora de elegir un influencer.

Los anunciantes también tienen en cuenta el alcance o audiencia estimada en 21%.

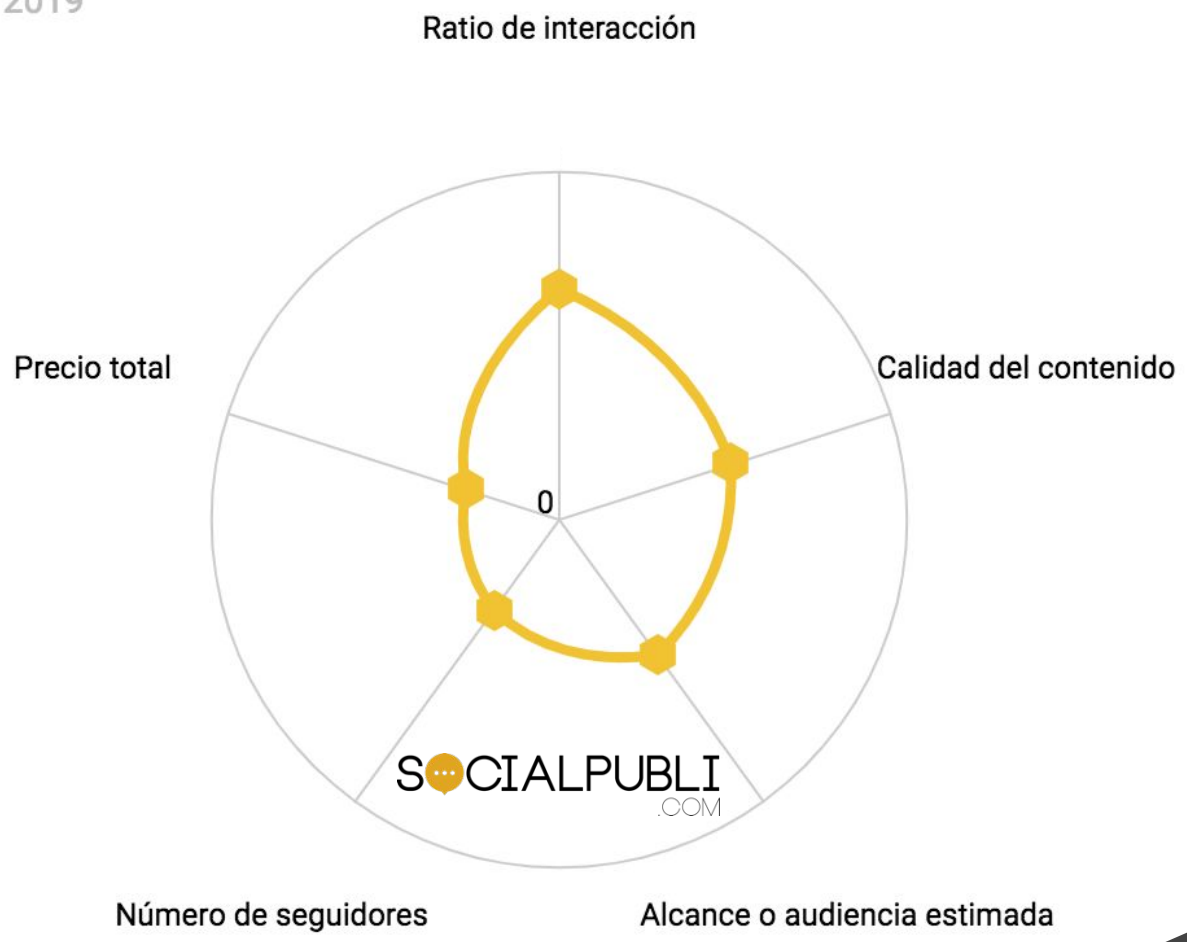
Por contra, el número de seguidores (14,2%) o el precio (12,4%) no son tan importantes a la hora de elegir el mejor influencer.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

A la hora de elegir influencers, ¿qué te parece más importante?

© SocialPubli.com 2019



Es más importante la calidad que la cantidad.

Las tasas y ratios de interacción o engagement rate van ganando relevancia frente al número de seguidores o el precio total de los influencers.

Esto es un resultado directo de la maduración del mercado del marketing con influencers.

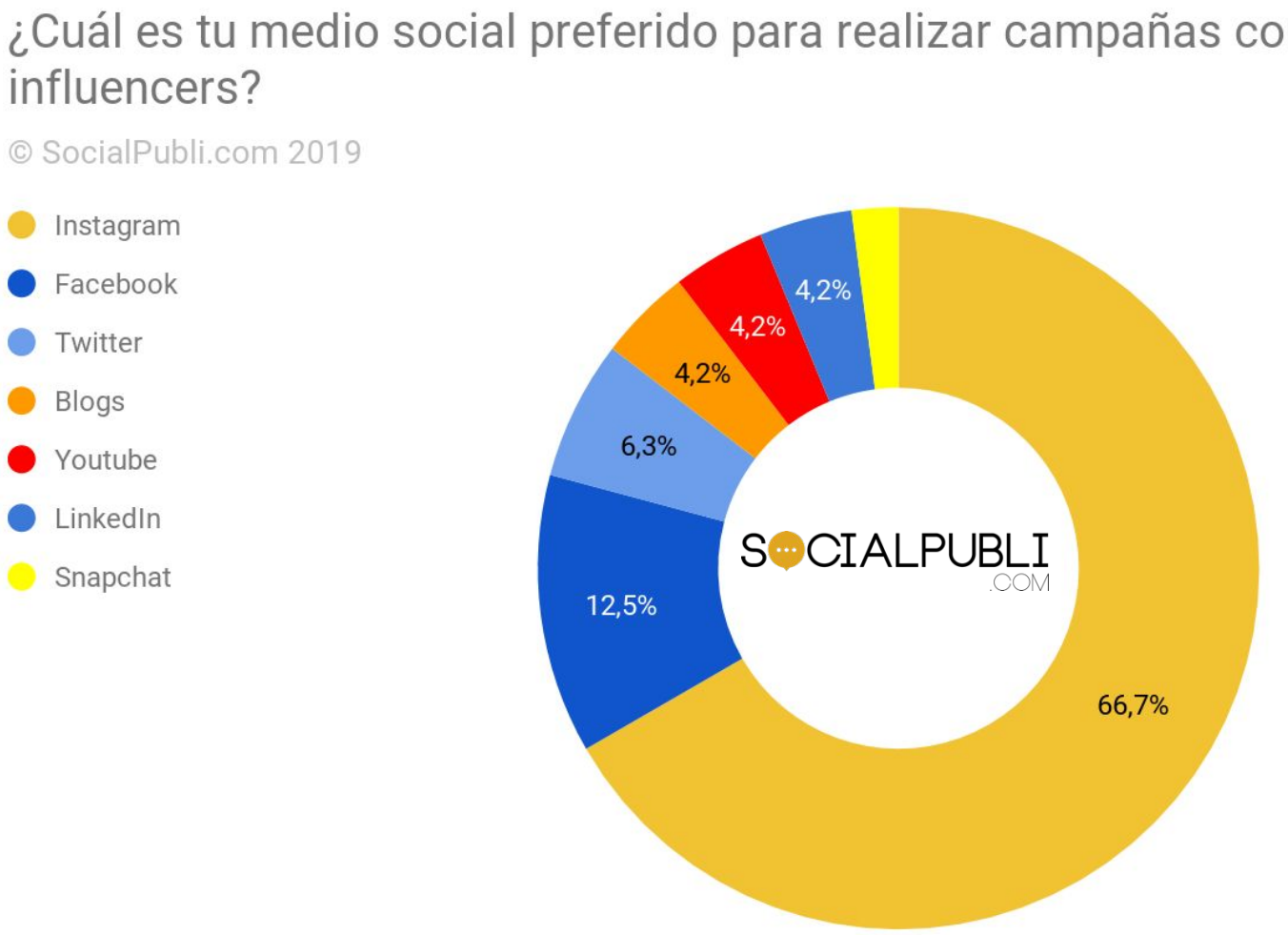
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Instagram reina a la hora de realizar campañas con influencers.

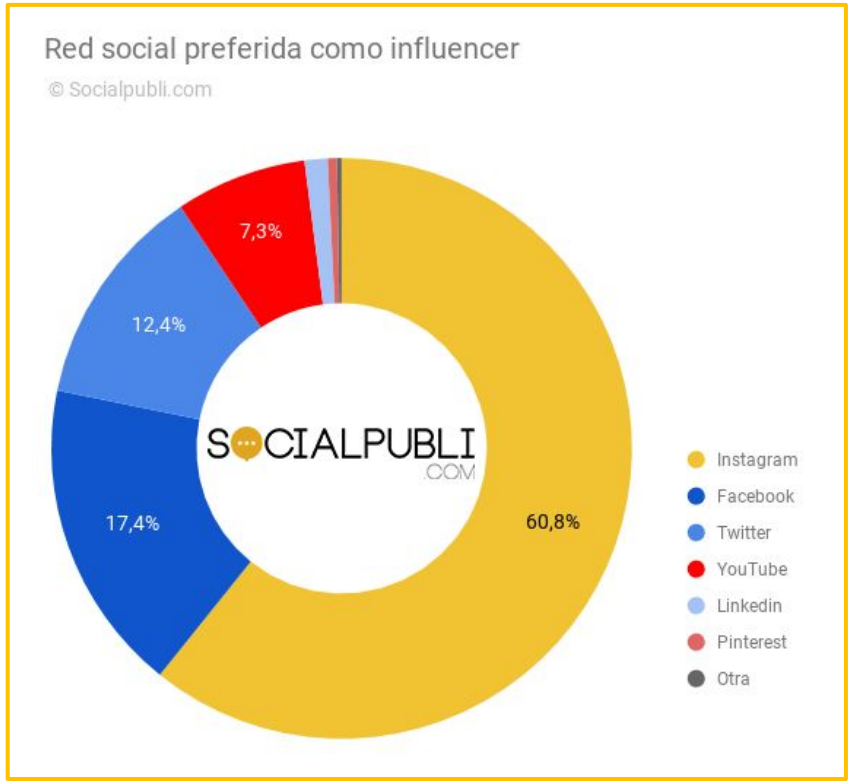
Las redes del grupo Facebook son elegidas por 3 de cada 4 anunciantes para realizar acciones de marketing con influencers.

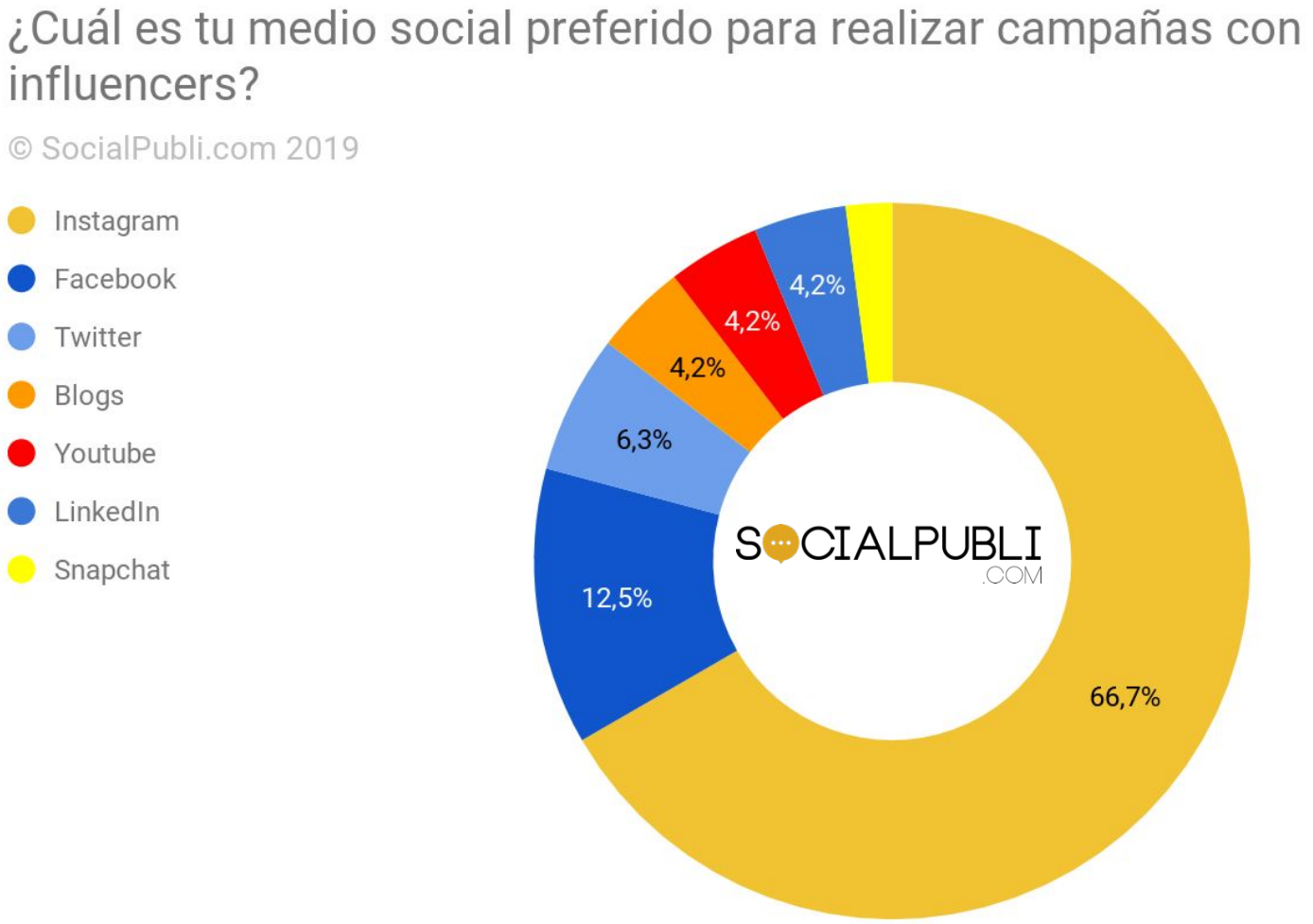
Instagram Stories se ha convertido en una potente herramienta de marketing de influencers y es habitual ver en esta sección de la red social muchas campañas publicitarias.



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns



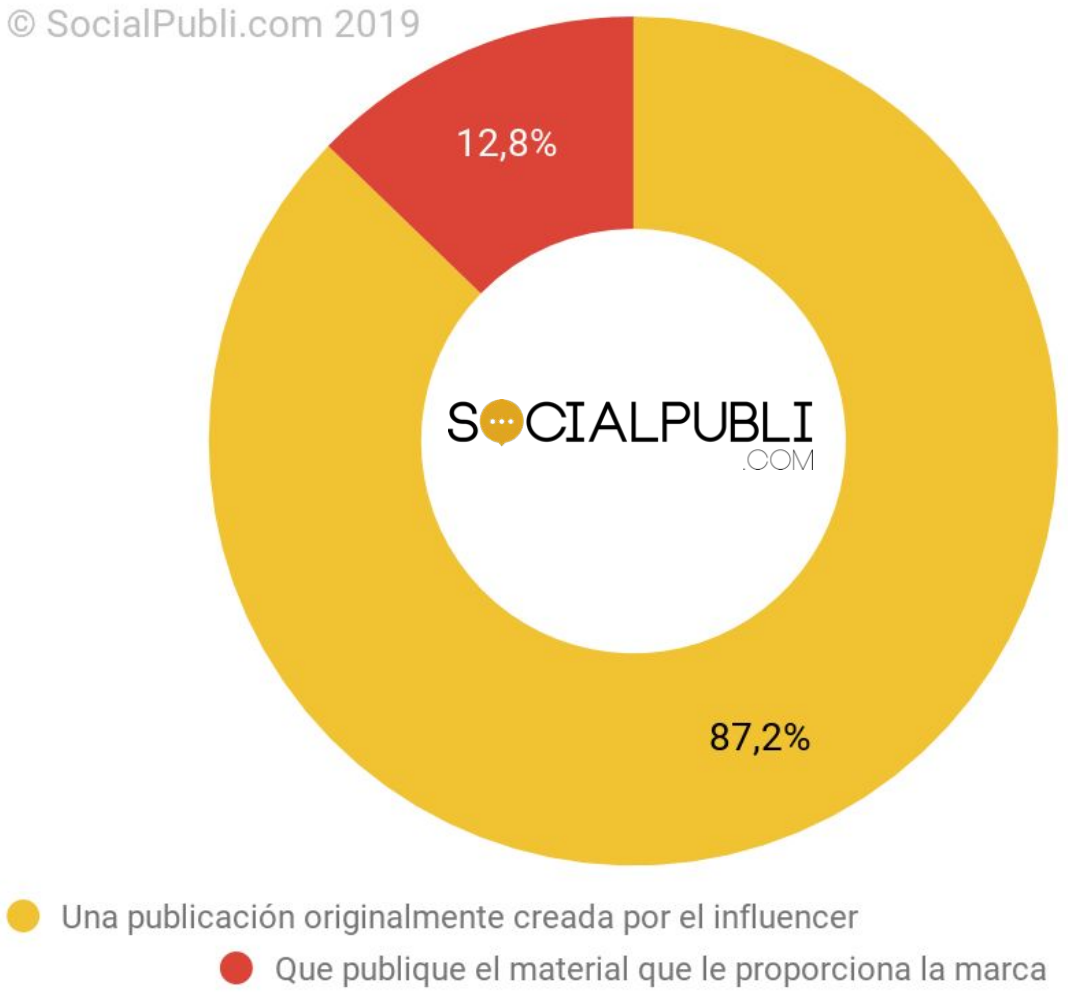


Fuente: [I Estudio Global con Microinfluencers 2018]

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

A la hora de que un influencer hable de tu marca, ¿qué prefieres que haga?



La originalidad al poder.

Bajo esa premisa, los anunciantes ya no buscan tanto como hace unos años, que el influencer publique un contenido impostado y obligatorio, carente de creatividad.

Ahora más del 87% de los anunciantes prefieren que el influencer sea el verdadero creador de contenido.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Una foto vale más que 1.000 palabras, y un video siempre comunica mejor.

El video (31,7%) y la fotografía (28%) son los formatos más queridos por los anunciantes encuestados.

El artículo es preferido por 1 de cada 4 anunciantes a la hora de comunicar un producto.

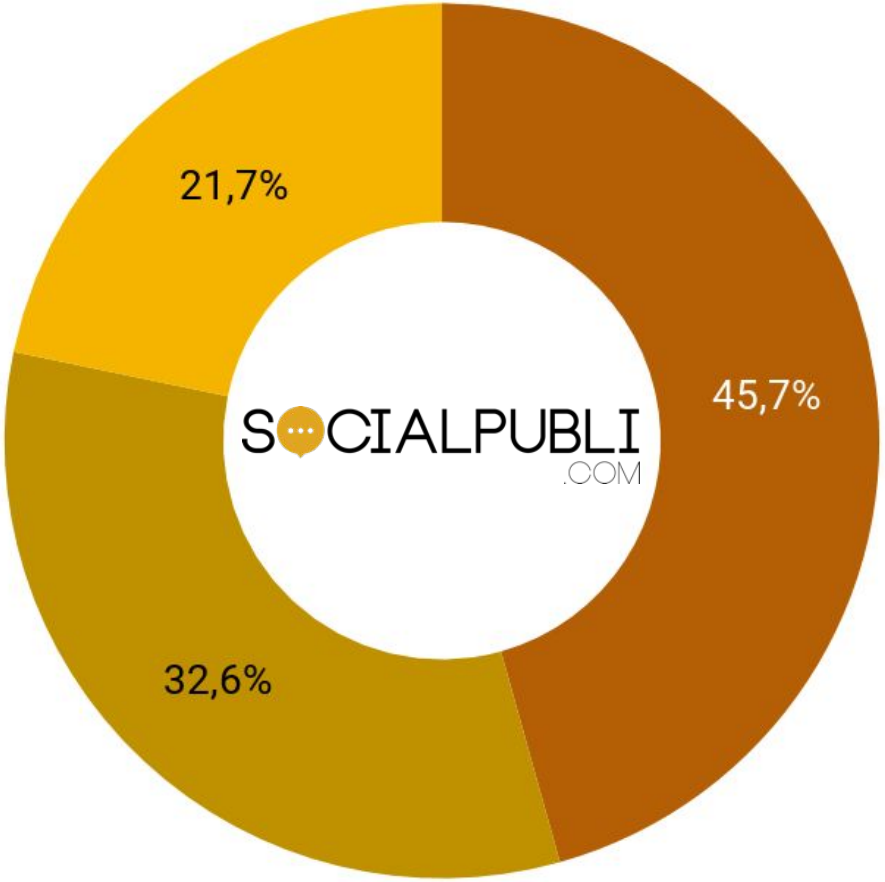
Por último, el 14% de los anunciantes prefieren que el influencer genere dinámicas de interacción con su comunidad.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

¿Cómo estableces tu relación con los influencers?

© SocialPubli.com 2019



Los anunciantes y agencias encuestadas prefieren contactar con influencers de forma directa en un 45,7%, algo habitual a la hora de realizar acciones puntuales.

La gran mayoría de los anunciantes (54,3%) prefieren externalizar la gestión con los influencers.

Utilizan una plataforma experta (32,6%) o una agencia (21,7%) para contactar con los influencers.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Las agencias y anunciantes miden de forma distinta el éxito de sus campañas. **El *engagement rate* es una de las métricas más destacadas** con un 26,4%, seguido de las visitas y alcance en un 19% y el tráfico a la web en un 13,2%.

Las métricas de tráfico y venta destacan en este caso frente a las de *brand awareness*, y aunque el propósito principalmente es generar *brand awareness* a la hora de medir, el tráfico y las ventas se imponen.

LA INFLUENCIA POR SECTORES

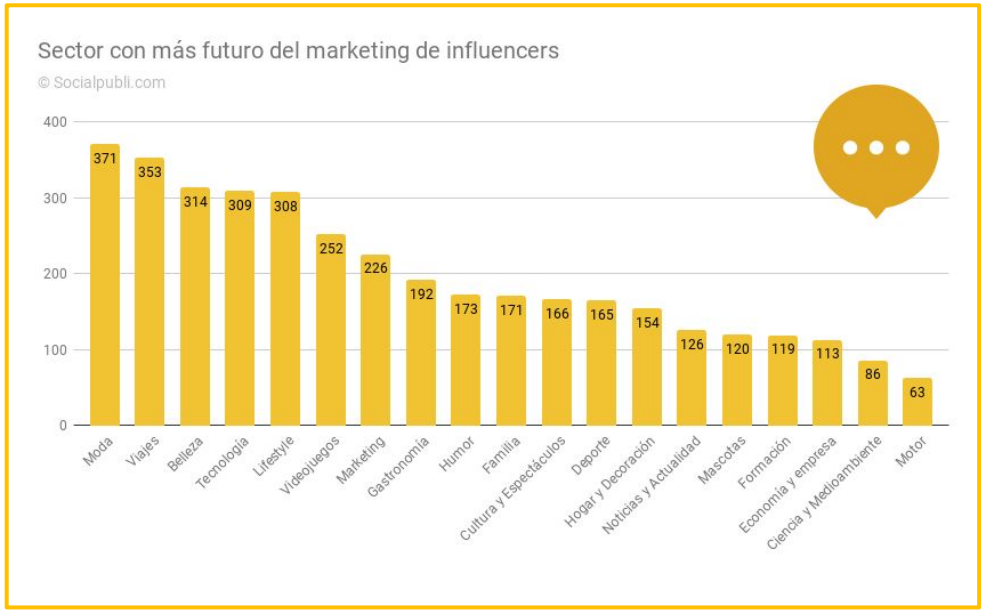
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

La **belleza, moda y lifestyle**, seguidos de los viajes y la gastronomía son los **sectores más desarrollados en el marketing de influencers** según los anunciantes sondeados.

La oportunidad de poder cruzar la información entre anunciantes e influencers es un ejercicio que no hemos querido dejar pasar en la elaboración de este estudio de anunciantes, aprovechando los datos del I Estudio Global de MicroInfluencers 2018 de SocialPubli.com

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns



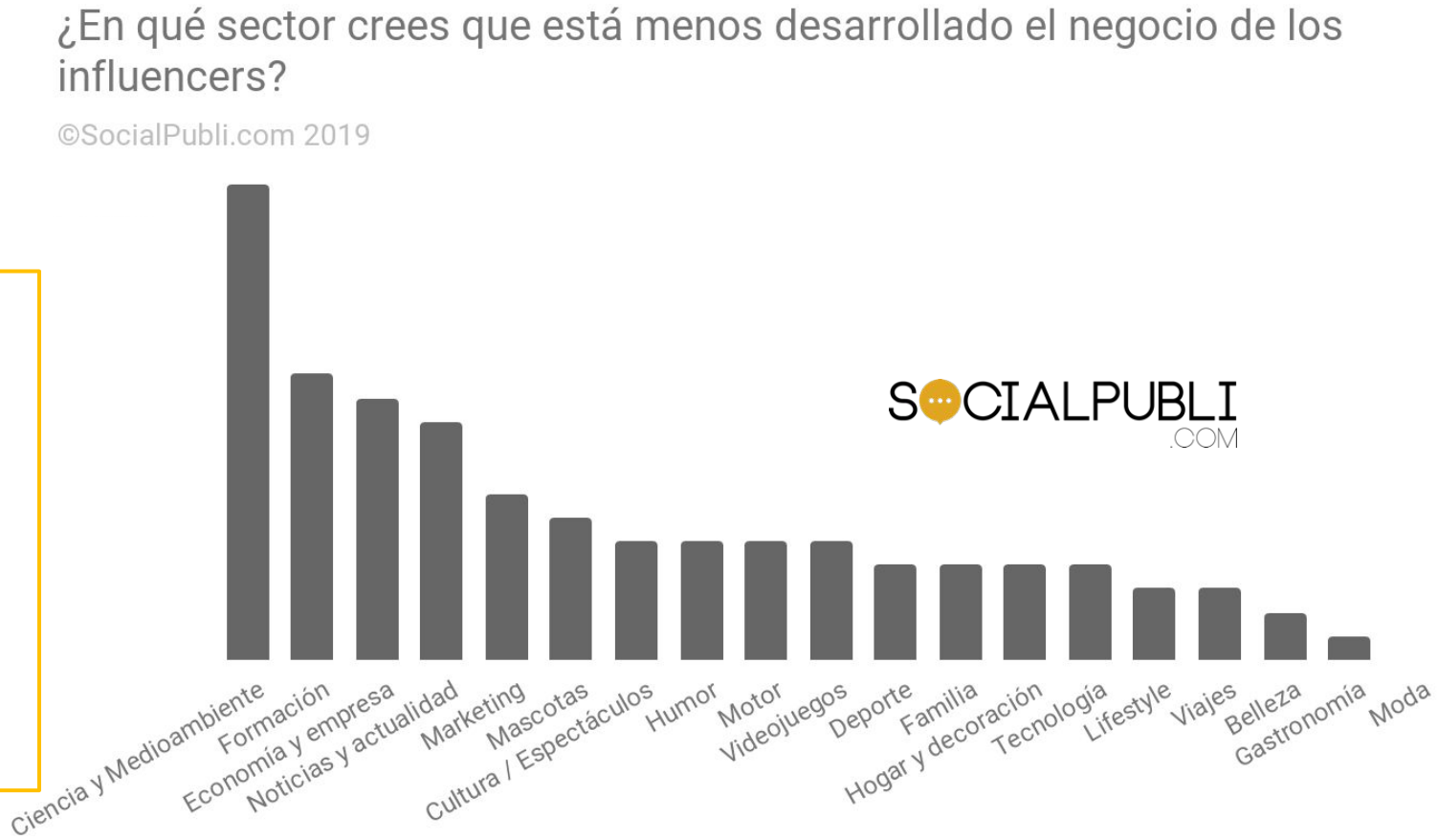
Fuente: I Estudio Global con Microinfluencers 2018

Las percepciones de los influencers difieren un poco frente a las de los anunciantes, pero apenas varían. La belleza es el sector con más potencial por parte de los anunciantes frente a la moda, según los propios influencers sondeados en el I Estudio Global de Microinfluencers 2018.

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Fuente: I Estudio Global con Microinfluencers 2018



En esta ocasión los anunciantes coinciden con los influencers encuestados. Es la **Ciencia y el Medioambiente** seguido de la **Formación** y la **Economía y empresa,** los sectores menos desarrollados en cuanto al marketing de influencers se refiere.

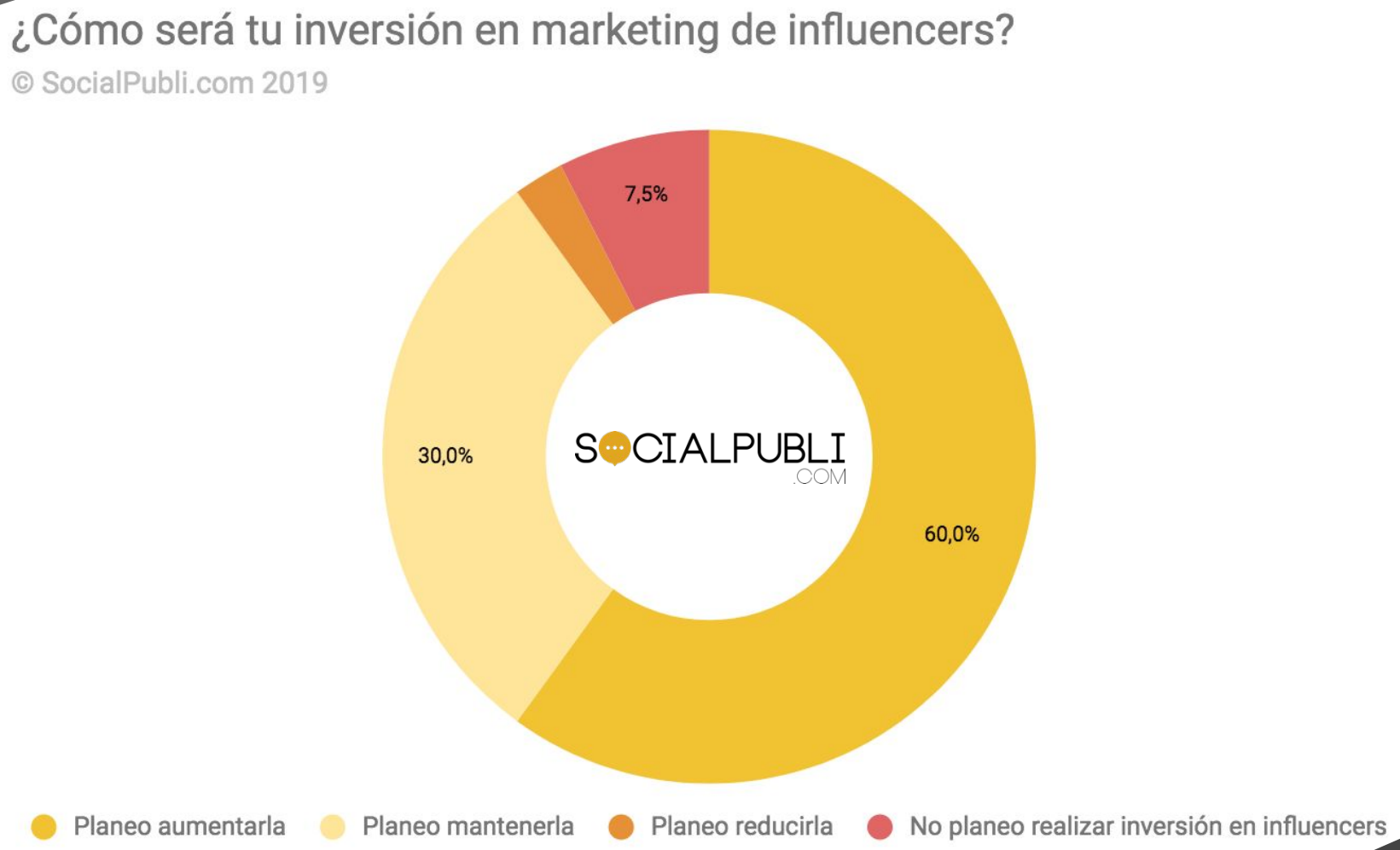
TENDENCIAS DEL MARKETING DE INFLUENCERS 2019

Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

El 90% de los encuestados planea aumentar o mantener la inversión en marketing de influencers en 2019.

La originalidad de los contenidos y los nuevos espacios que los influencers ofrecen a las marcas a la hora de crear contenido de calidad, son las grandes razones por las que el marketing de influencia sigue de moda.

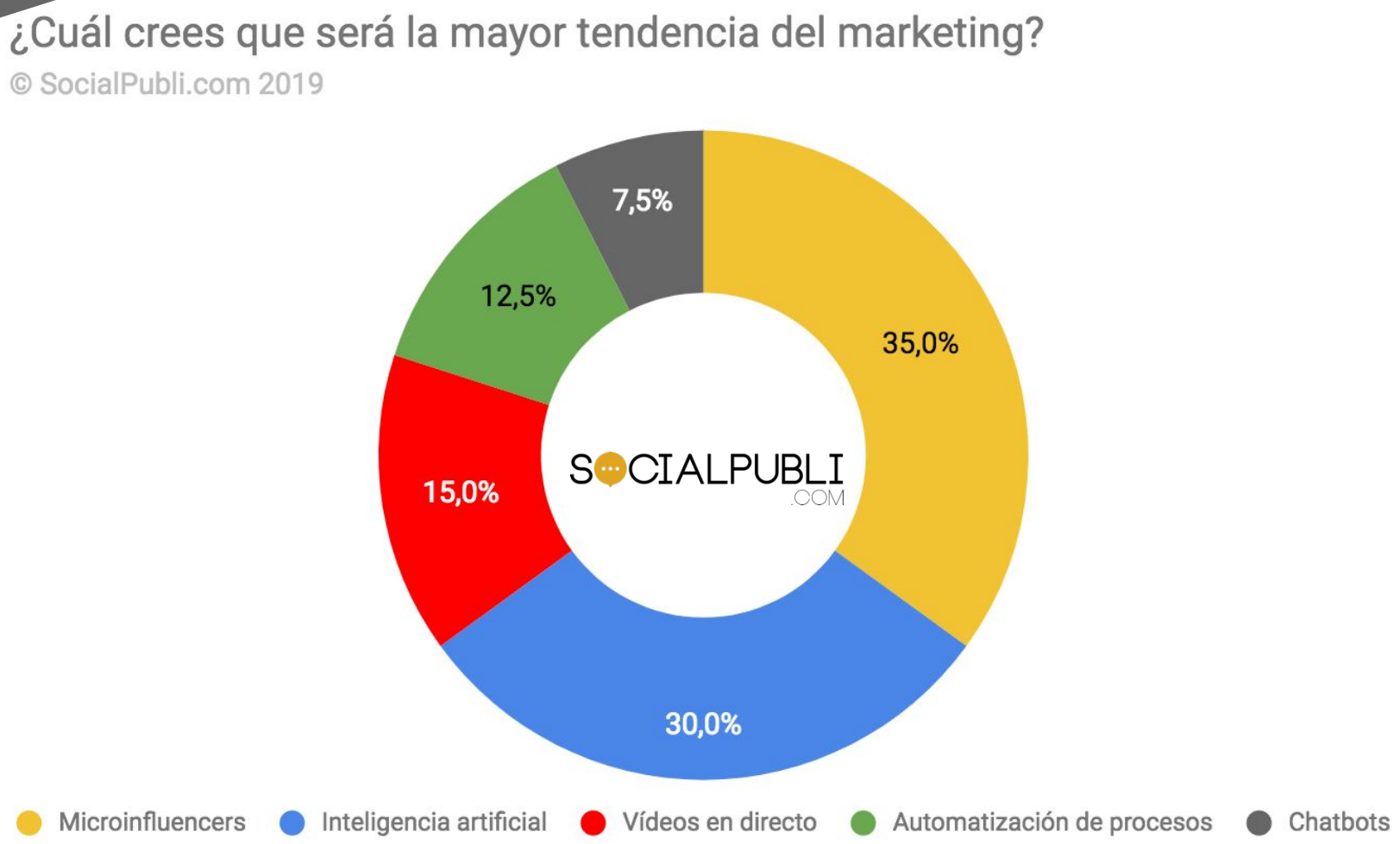


Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

Como ya anunciamos en nuestro [I Estudio Global de Microinfluencers](), estos actores del marketing de influencia serán tendencia en este 2019.

La inteligencia artificial, los videos en directo, la automatización de procesos y los chatbots, seguirán dando de qué hablar en 2019 y serán implementados en muchas estrategias.



CONCLUSIONES

El 93% de los anunciantes afirma haber utilizado alguna vez el marketing con influencers.

El 84% de los anunciantes creen que el marketing con influencers es efectivo.

El 72 % de los anunciantes llevan más de 1 año utilizando influencers.

El 55,8 % usan de forma habitual el marketing con influencers.

SOCIALPUBLI.COM

El 90% planea mantener o aumentar la inversión en marketing de influencers en 2019.

El 87% de los anunciantes prefieren que los influencers publiquen contenido original.

Instagram es la red preferida para acciones con influencers para el 66%.

El 54% de los anunciantes prefiere externalizar la gestión de influencers con agencias o plataformas expertas.

Influencers

Recuerda:

Tecnología propia que permite a las marcas y agencias, diseñar y configurar sus campañas **en menos de diez minutos.**

Más de 2.000 campañas realizadas.

Estadísticas en tiempo real

para comprobar si la campaña va cumpliendo sus objetivos.

6 redes sociales disponibles:

Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Blogs y Linkedin.

Todos los mensajes son moderados antes de publicarse.

- "**Mejor agencia de influencers**" eAwards 2017 & 2018
- **"Best new bussiness de 2016"** Miami Chamber of Commerce.

- ESPAÑA
- ESTADOS UNIDOS
- PORTUGAL
- FRANCIA
- PERÚ
- COLOMBIA

socialpubliES

@socialpubli_es

socialpubli

"Si puedes influir en los líderes,
ya sea con su colaboración
consciente o sin ella,
automáticamente influyes
sobre el grupo que le sigue"

Edward Bernays

Contacto: ismael@socialpubli.com
Teléfono: +34 913913305

Colabora: Influencers

SOCIALPUBLI.COM

#KINGSoftheCampaigns