

29 ENERO 2019



#KINGSoftheCampaigns

I Estudio de Anunciantes con Influencers

SOCIALPUBLI
.COM

Colabora:

Influencers

¿Por qué un estudio de anunciantes con influencers?

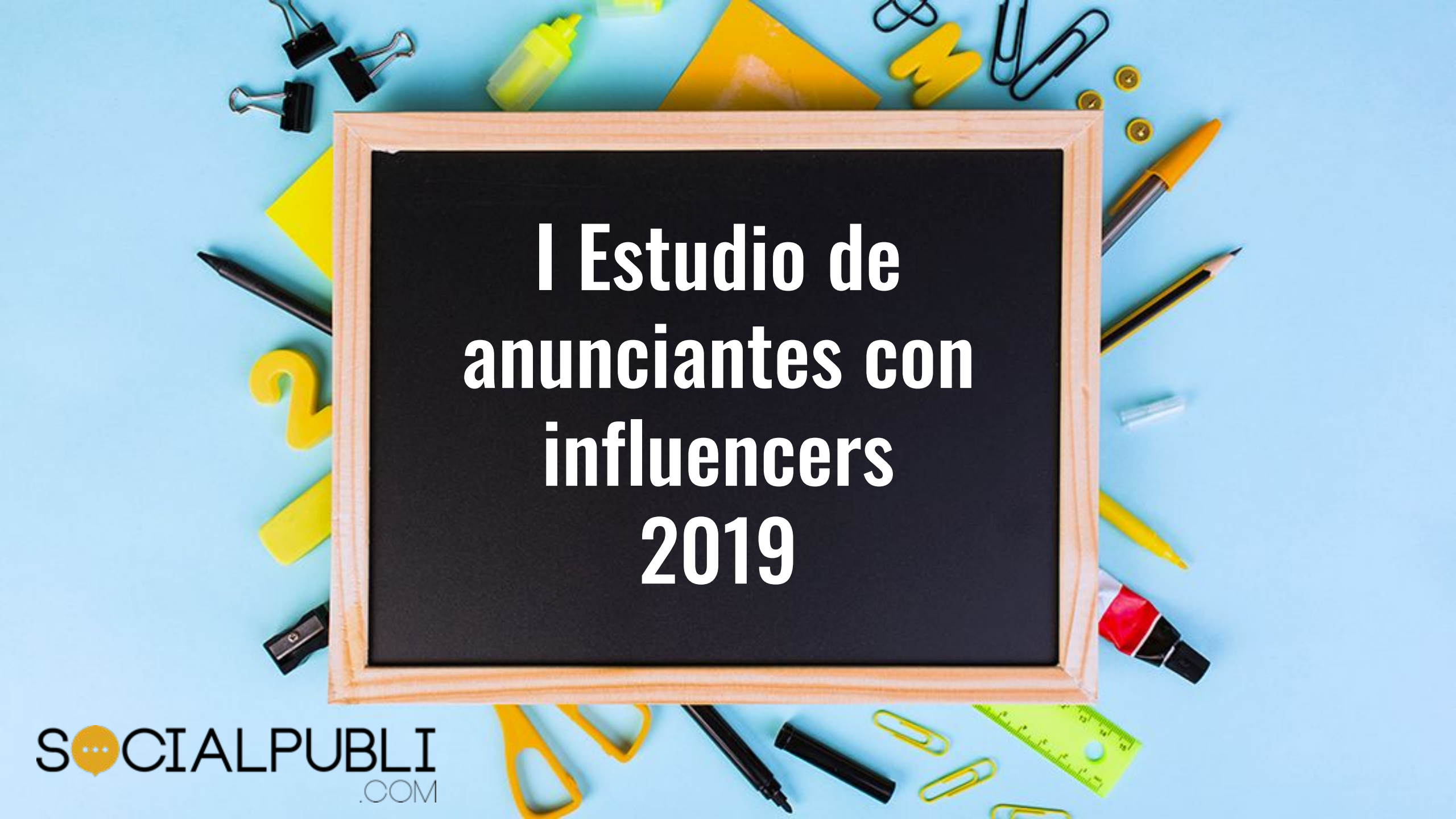
SOCIALPUBLI
.COM



¿Por qué un estudio de Anunciantes?

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. Tenemos oficina comercial 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

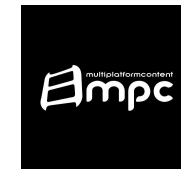
METODOLOGÍA



Metodología



LLORENTE & CUENCA



**Kalimanita
Agency**
Ser Innovador y Creativo

150 encuestas respondidas:

- **75% de anunciantes** registrados en SocialPubli.com y que han lanzado al menos 1 campaña durante 2018
- **25% de profesionales del marketing** digital de grandes empresas.

Los anunciantes proceden de España, Portugal, Estados Unidos, Colombia, México y Perú.

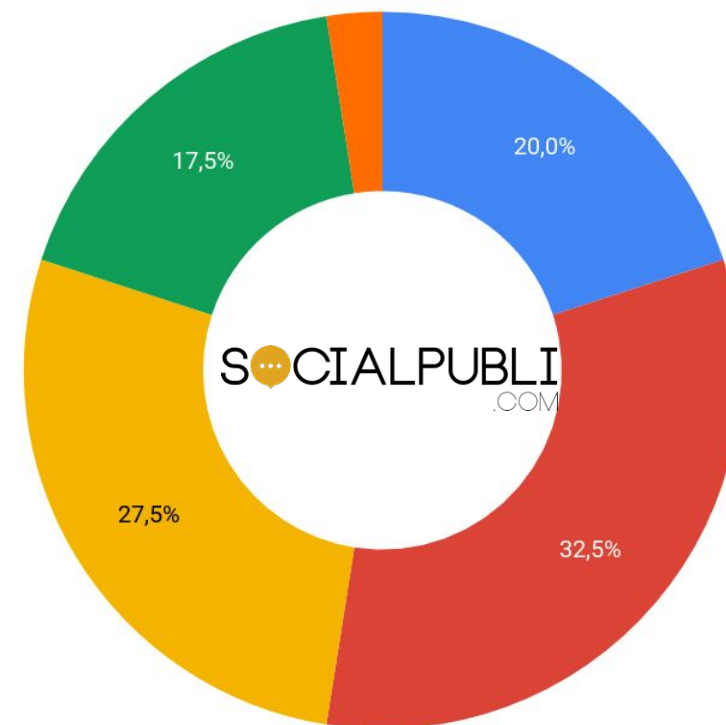


¿En qué área o equipo trabajas?

© SocialPubli.com 2019

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

Están habituados a trabajar con herramientas digitales y marketplaces como [SocialPubli.com](https://socialpubli.com)



Publicidad y Medios Marketing Relaciones Públicas Redes Sociales Otro



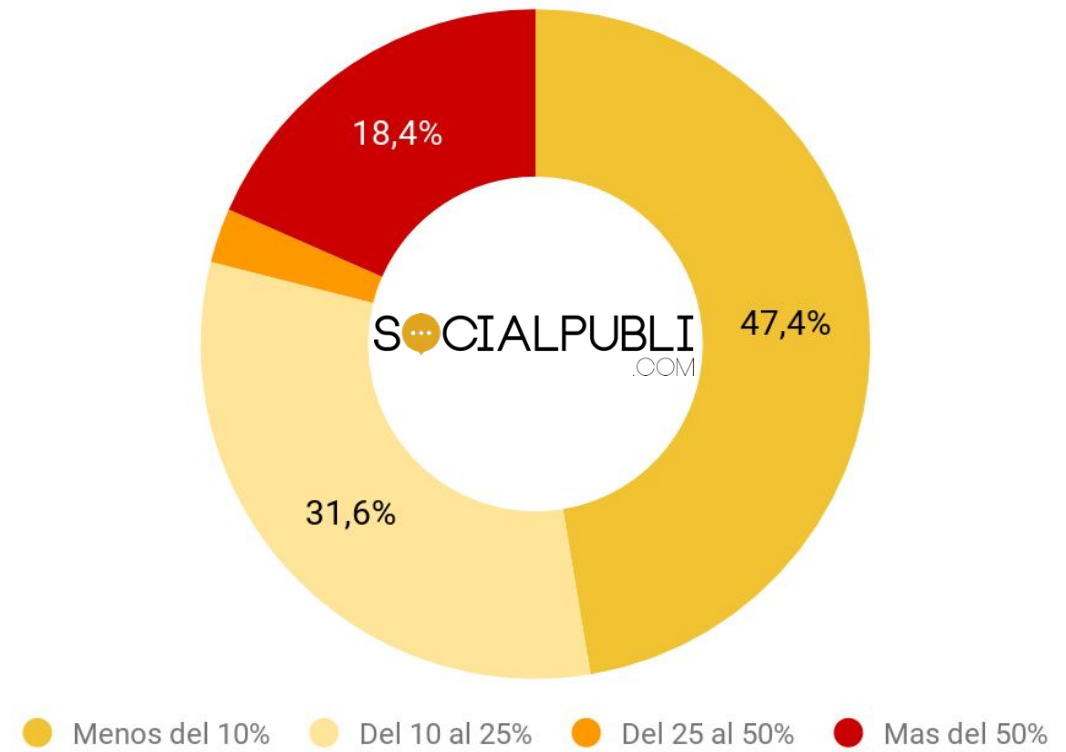
¿Qué parte de tu presupuesto total de marketing está designado al marketing de influencers?

© 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

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

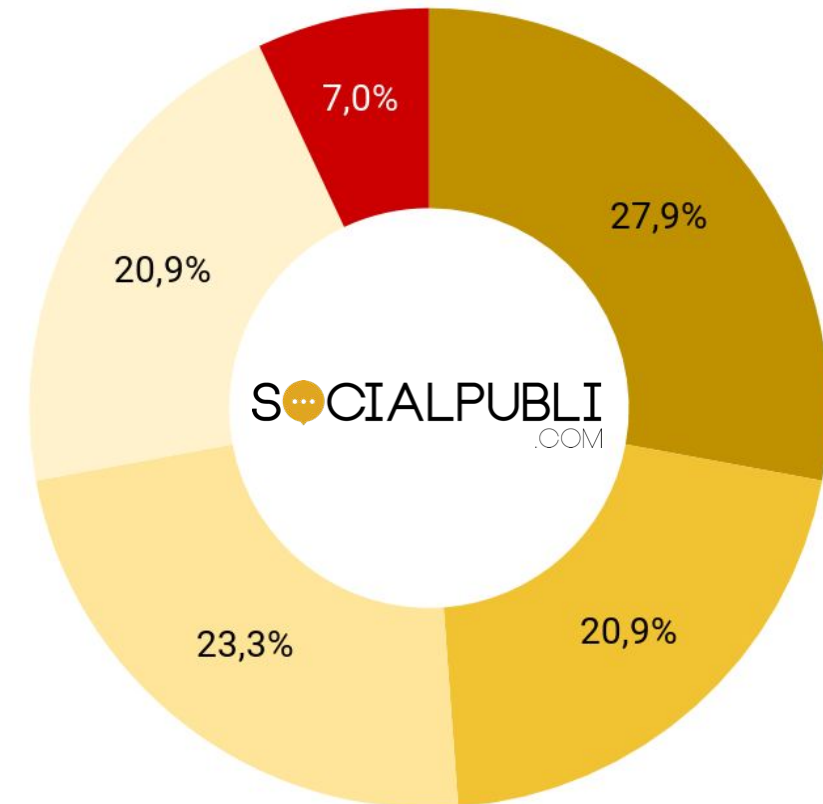
© 2019 SocialPubli.com

- Más de 3 años
- De 2-3 años
- De 1-2 años
- Menos de un año
- Nunca lo he utilizado

El 93% de la muestra sondeada por SocialPubli.com utiliza 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.



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSofttheCampaigns

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.

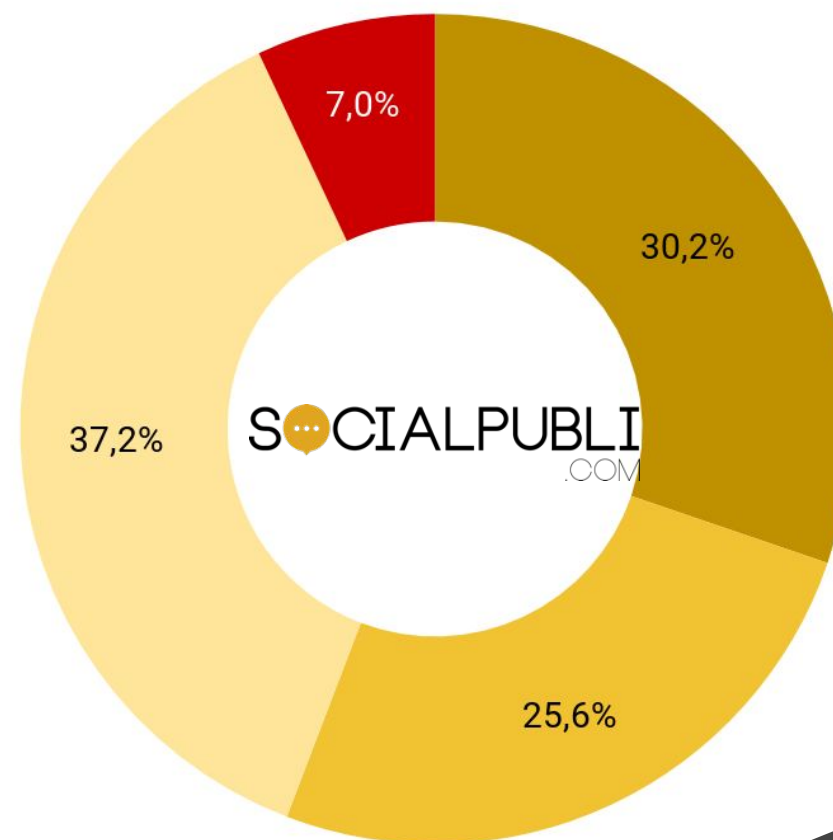
El 30,2 % de los anunciantes usan las acciones con influencers como una estrategia constante.

Lo utilizan de manera periódica un 25,6% y de forma ocasional el 37,2%.

¿Con qué frecuencia utilizas el marketing de influencers?

© SocialPubli.com 2019

- Es una estrategia constante
- Lo utilizo de manera periódica
- Poca, solo en acciones especiales
- Nunca lo he usado



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

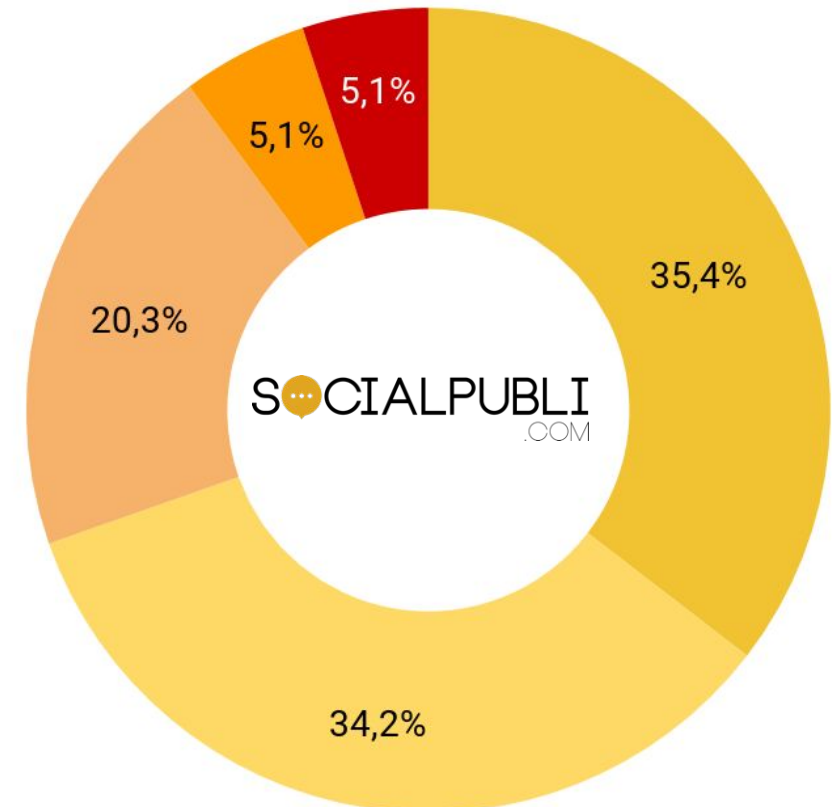
¿En cuál de las siguientes situaciones colaboras con influencers más frecuentemente?

© SocialPubli.com 2019

- Promoción de contenido
- Lanzamiento de productos
- Eventos
- Anuncios corporativos
- Manejo de crisis

Los anunciantes eligen a los influencers como una de sus herramientas de marketing digital a la hora de promocionar contenidos, lanzamiento de productos o en eventos.

No se utiliza para difundir anuncios corporativos o para el manejo de crisis.



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

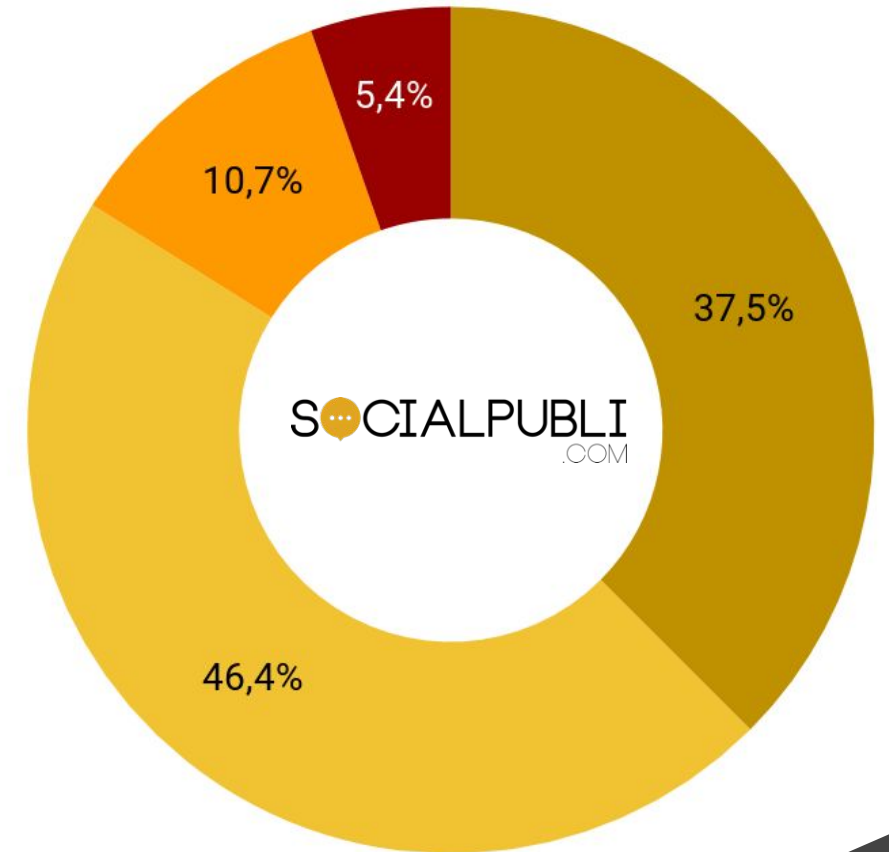
#KINGSoftheCampaigns

¿Crees que el marketing de influencers es efectivo?

© SocialPubli.com 2019

- Sí, mucho
- Sí, bastante
- No demasiado
- Para nada

Un **84%** de los encuestados, **grandes anunciantes y grandes agencias**, creen que el marketing con influencers es **efectivo o muy efectivo**.



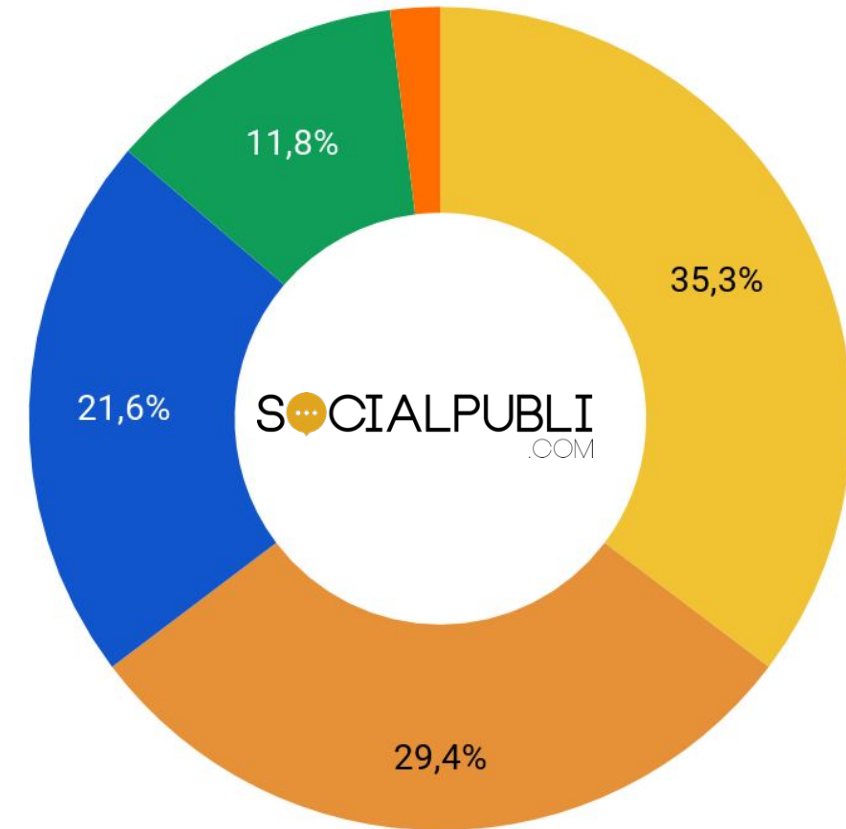
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

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

© SocialPubli.com 2019

- Marketing con influencers
- SEO
- Social Ads
- SEM
- Email marketing



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

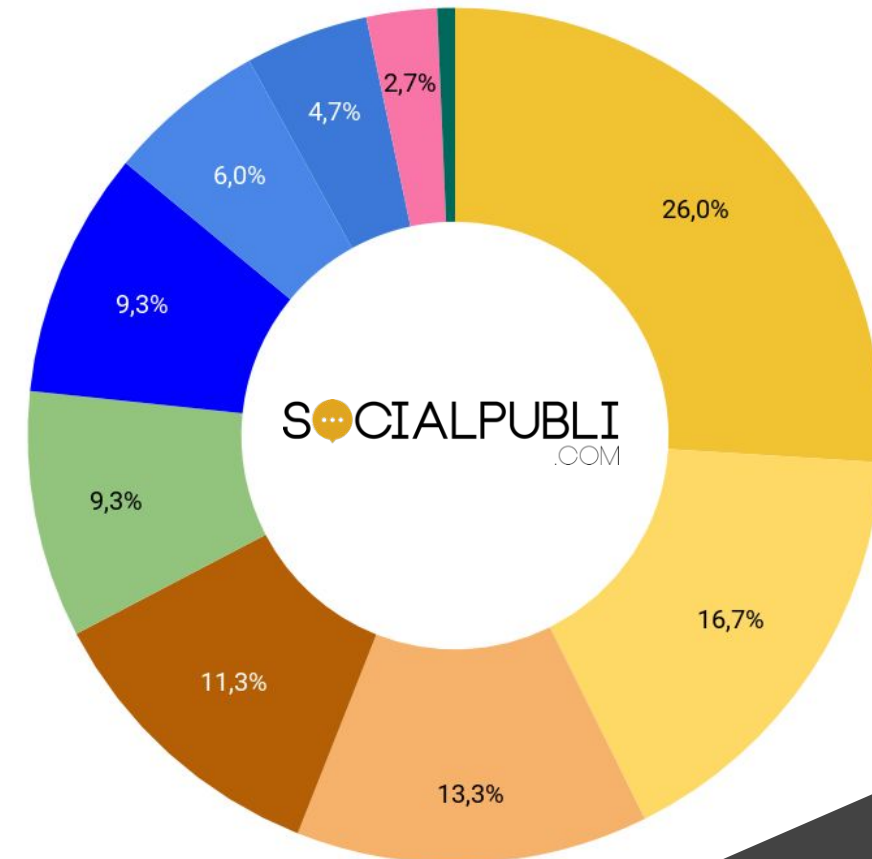
El propósito de los anunciantes es generar Brand Awareness.

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

¿Con qué propósito utilizas el marketing de influencers?

© SocialPubli.com 2019

- Aumentar el conocimiento de marca
- Generar engagement con la marca
- Alcanzar nuevos públicos objetivos
- Generar contenido auténtico sobre la marca
- Mejorar la reputación de la marca
- Generar ventas
- Llevar tráfico a nuestra página web
- Aportar valor al SEO de la marca
- Crecer la presencia y número de seguidores de la marca en RRSS
- Otro



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

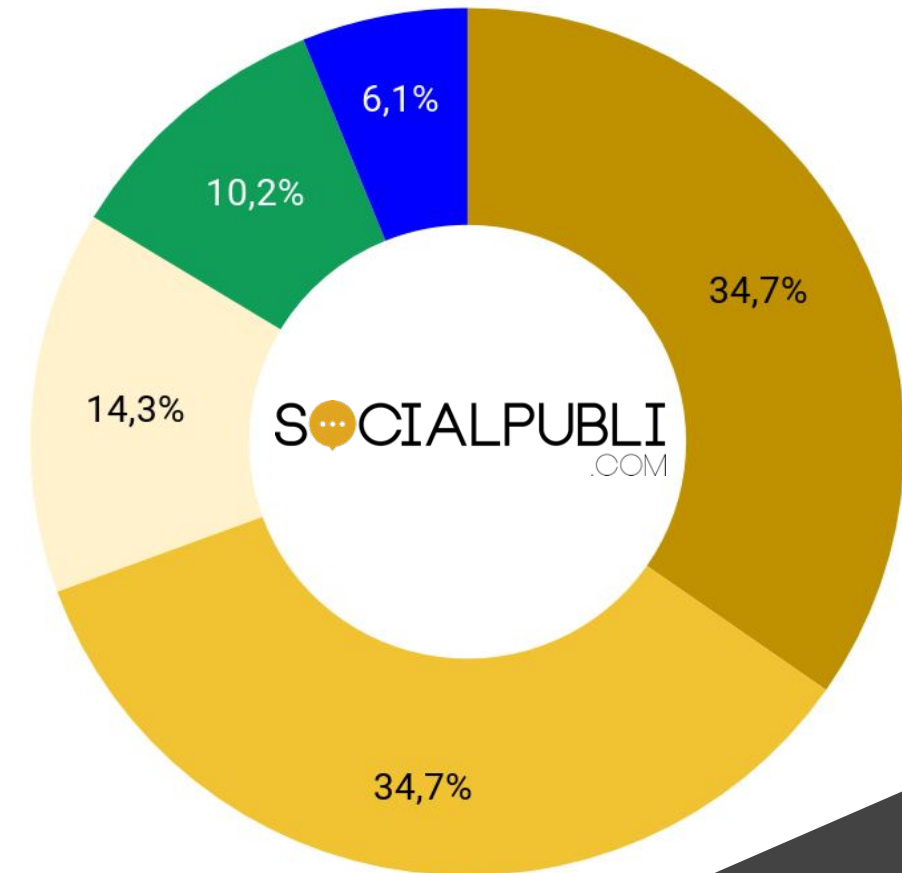
¿Qué crees que es lo mejor del marketing de influencers?

© SocialPubli.com 2019

- Llegar al público objetivo
- Dar credibilidad al mensaje
- Potenciar la interacción con el mensaje
- Mejorar la reputación de la marca
- Generar ventas

Utilizar el marketing de influencers para **alcanzar al 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.

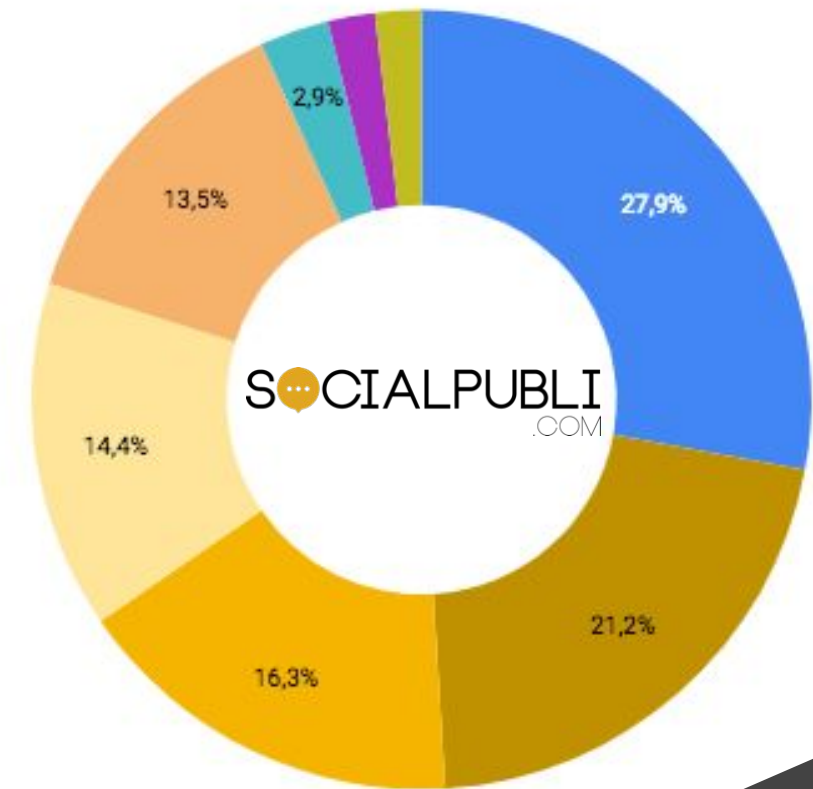


Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

¿Cuáles son los mayores retos del marketing de influencers en estos momentos?

© SocialPubli.com 2019

- Medir el ROI
- Garantizar la autenticidad de los seguidores
- Identificar a los influencers más relevantes
- Asegurar la visibilidad del contenido frente a los cambios constantes de algoritmos
- Calcular la compensación justa para cada influencer
- La contratación y términos legales
- El tiempo que conlleva crear y ejecutar las campañas
- Otro



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
- Reducimos el tiempo que conlleva crear campañas.



RADIOGRAFÍA DEL INFLUENCER SEGÚN EL ANUNCIANTE

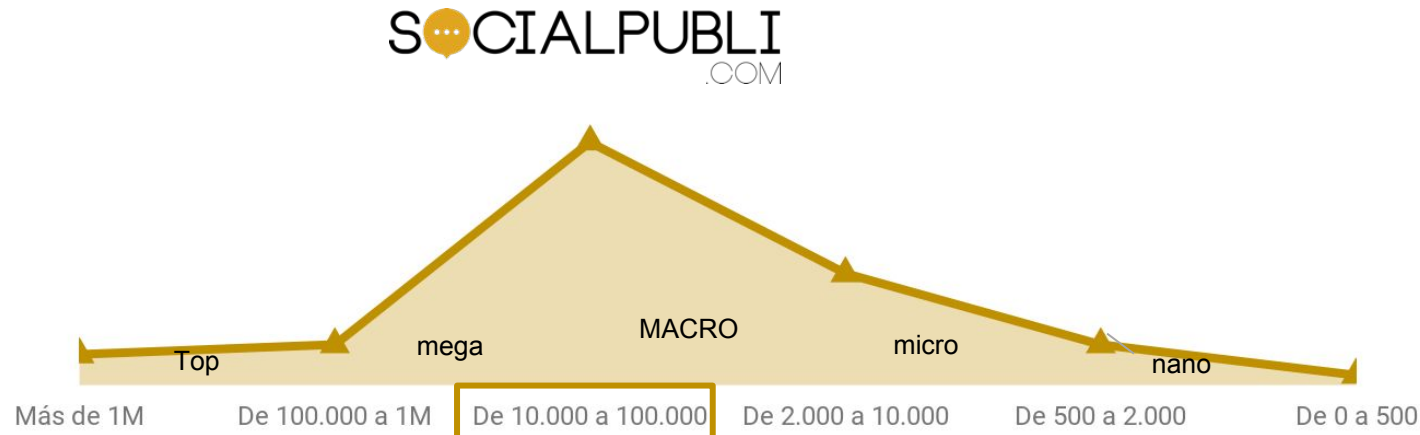


Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#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 sólo confiaban en perfiles Top o celebrities de más de 1 Millón de seguidores.**

Distintos estudios, entre ellos el [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

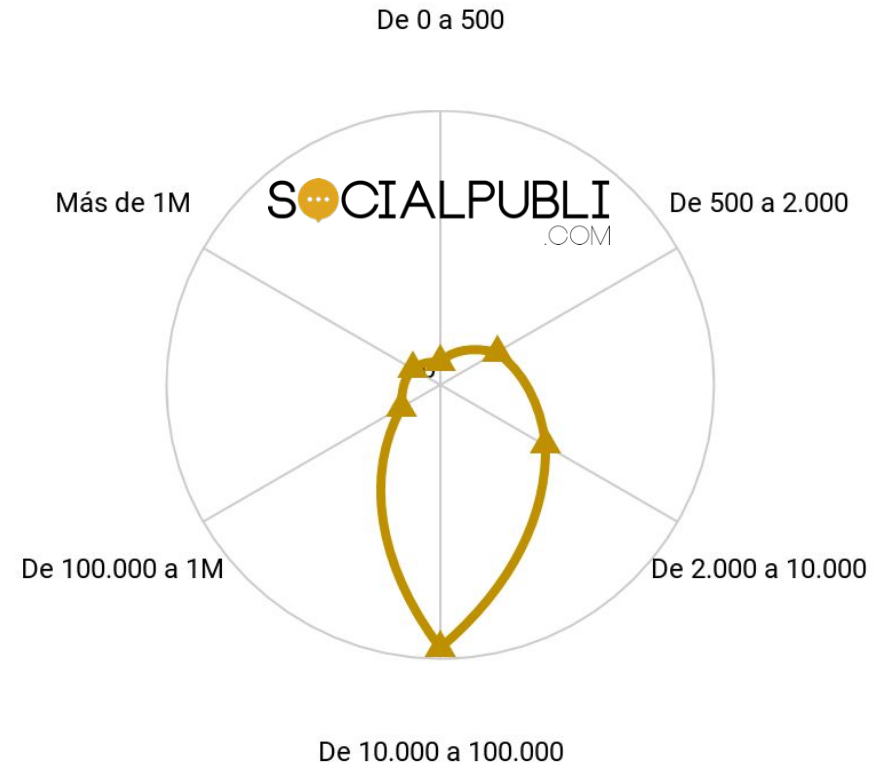
#KINGSoftTheCampaigns

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 sea el target en los próximos años.



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

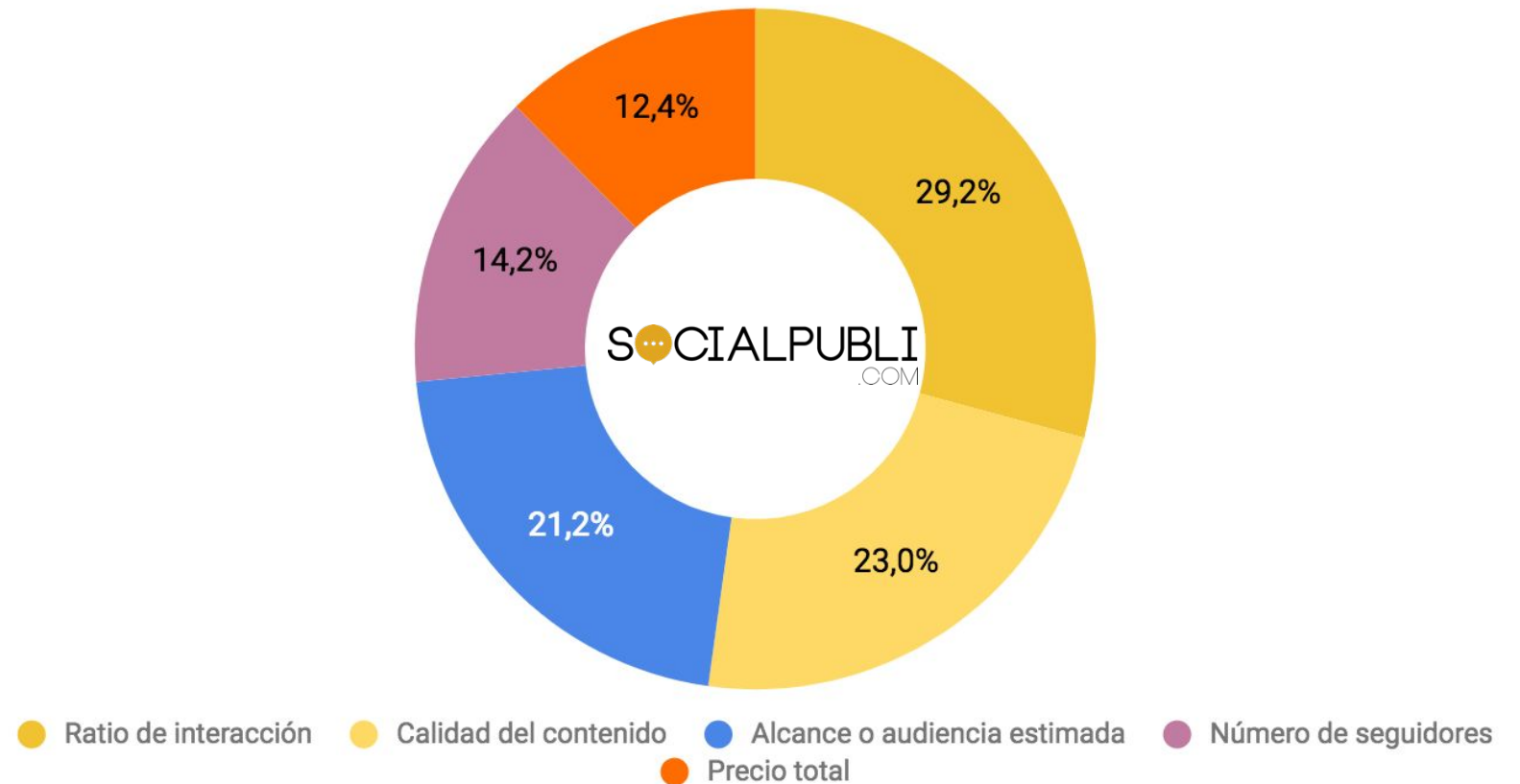
A la hora de elegir influencers, ¿qué te parece más importante?

© SocialPubli.com 2019

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

Instagram reina a la hora de realizar campañas con influencers.

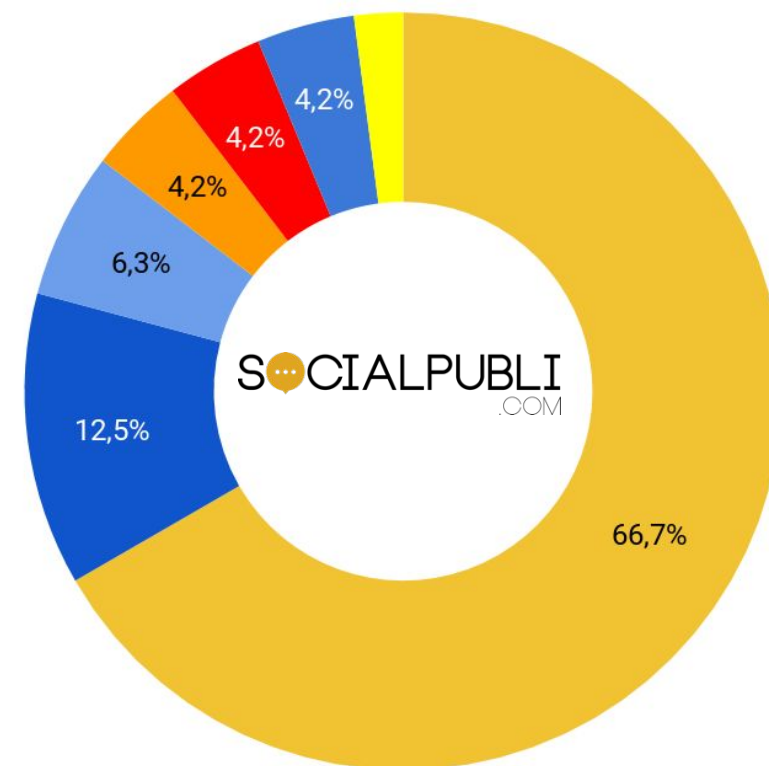
Las redes del grupo Facebook son elegidas por 3 de cada 4 anunciantes para realizar acciones de marketing con influencers.

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.

¿Cuál es tu medio social preferido para realizar campañas con influencers?

© SocialPubli.com 2019

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Blogs
- Youtube
- LinkedIn
- Snapchat



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

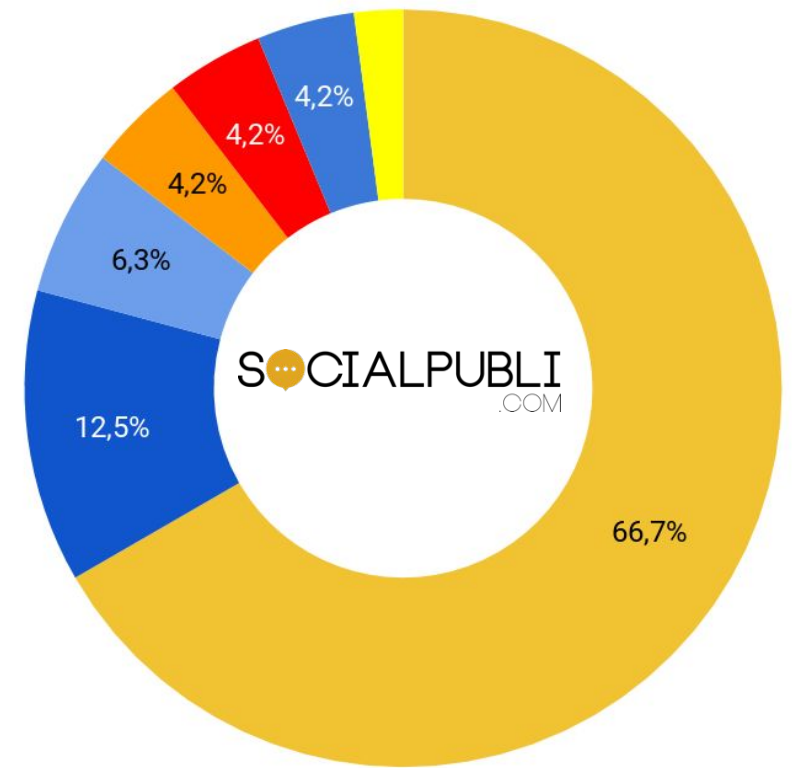
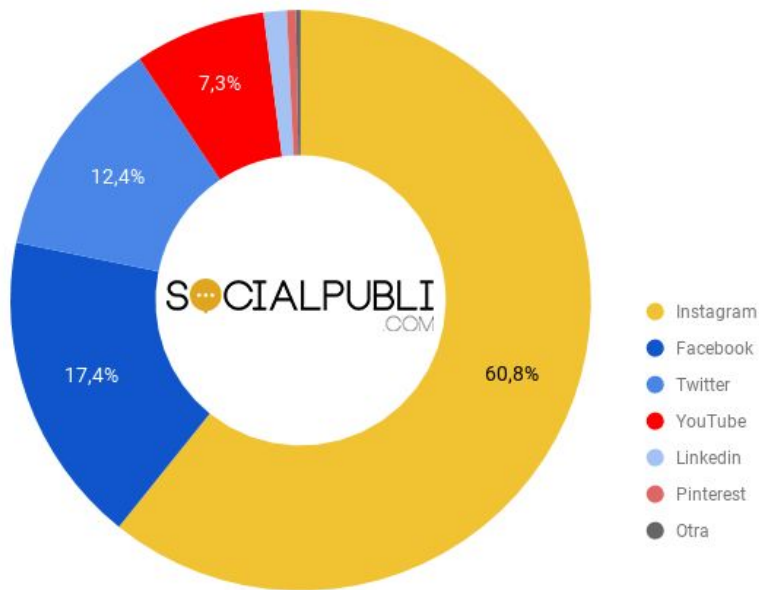
¿Cuál es tu medio social preferido para realizar campañas con influencers?

© SocialPubli.com 2019

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Blogs
- Youtube
- LinkedIn
- Snapchat

Red social preferida como influencer

© Socialpubli.com



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

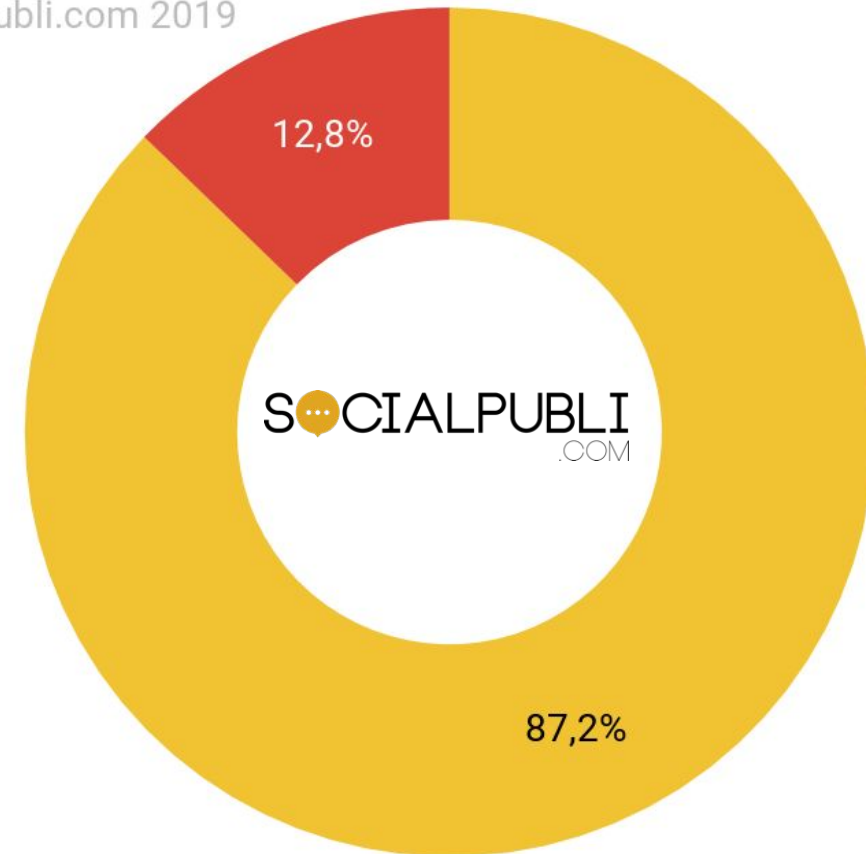
La originalidad al poder.

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.

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

© SocialPubli.com 2019



- Una publicación originalmente creada por el influencer
- Que publique el material que le proporciona la marca



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

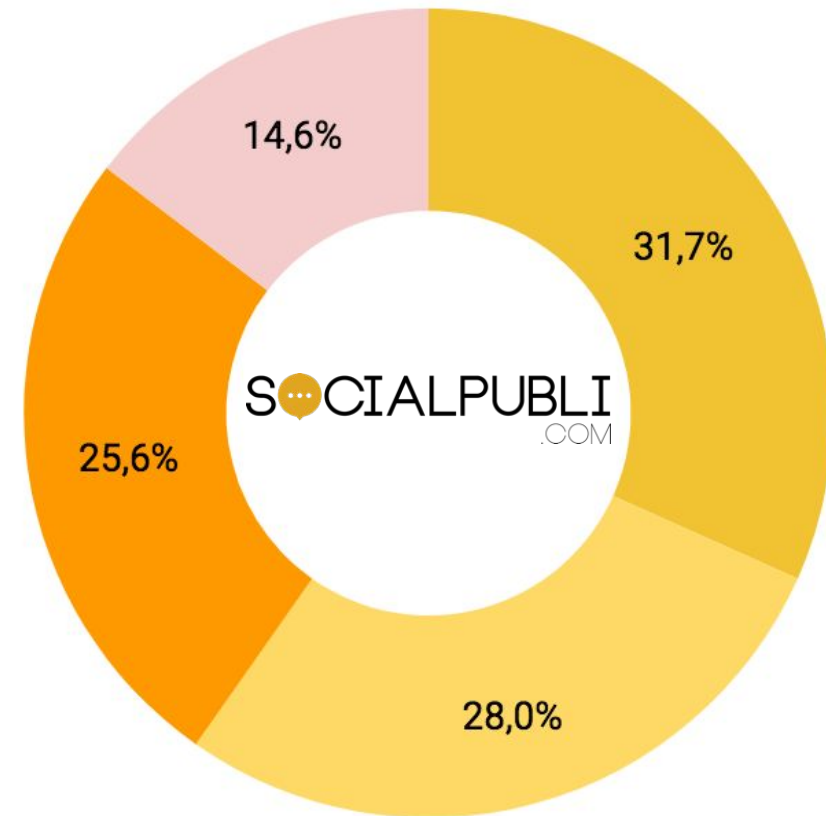
¿Qué tipo de publicación te gusta más que realice un influencer de tu producto?

© SocialPubli.com 2019

El video (31,7%) y la fotografía (28%) son los formatos más utilizados 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.



● Vídeo ● Fotografía ● Post explicativo
● Interacción con los seguidores



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

#KINGSoftheCampaigns

¿Cómo estableces tu relación con los influencers?

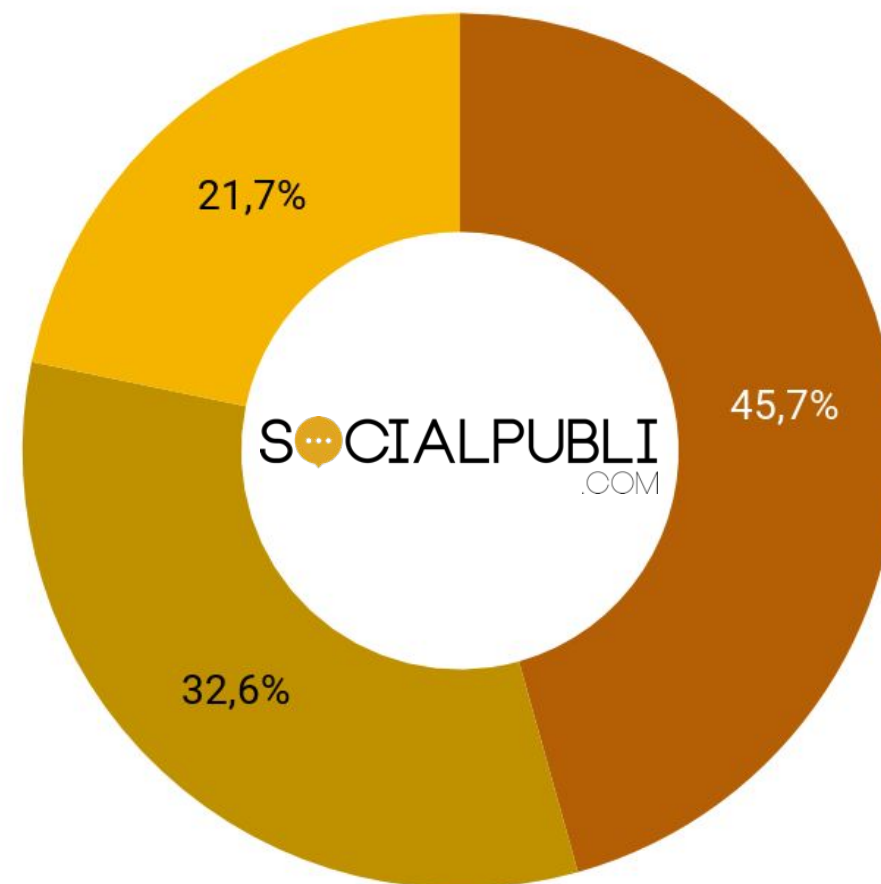
© SocialPubli.com 2019

● Directa ● A través de una plataforma experta ● A través de una agencia

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

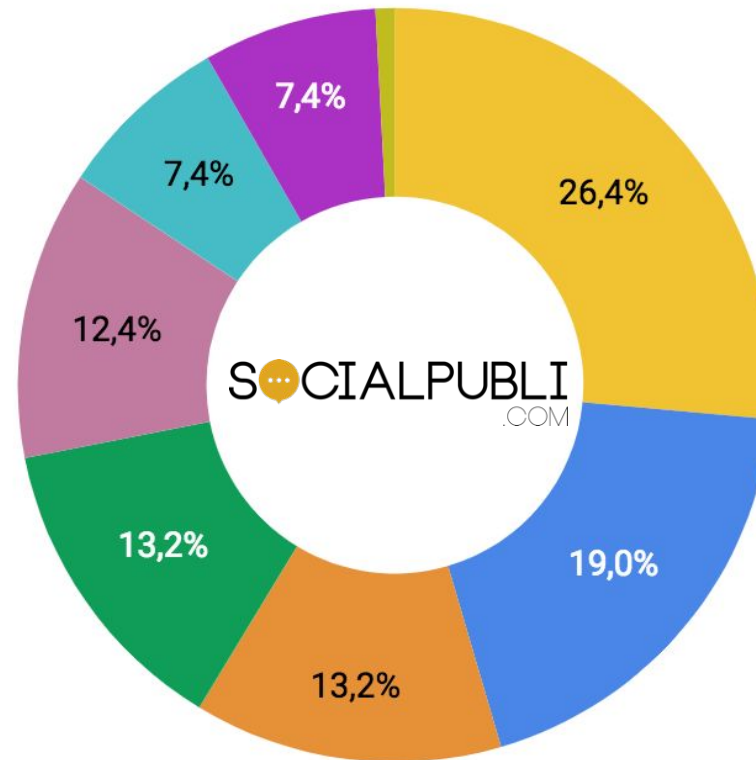
#KINGSoftTheCampaigns

¿Cómo mides la eficacia y el éxito de tus campañas con influencers?

© SocialPubli.com 2019

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%.



● Tasa de Interacción ● Vistas y alcance ● Tráfico a la página web ● Ventas / Lead / Adquisición / Registro
● Mejora del Sentimiento hacia la marca ● Clics ● Seguidores nuevos ● Otro



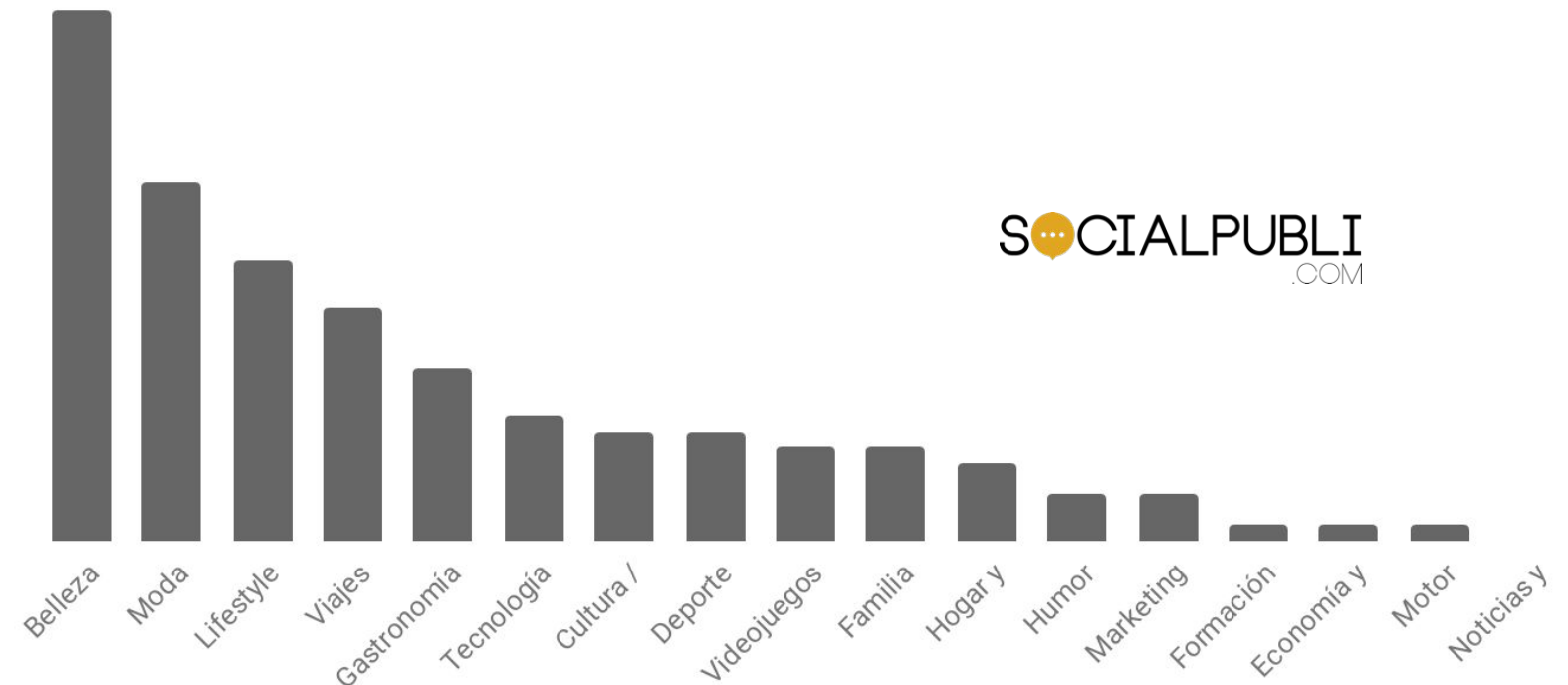
LA INFLUENCIA POR SECTORES



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

¿Qué sectores crees que están más desarrollados en el marketing de influencers?

© SocialPubli.com 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](#)



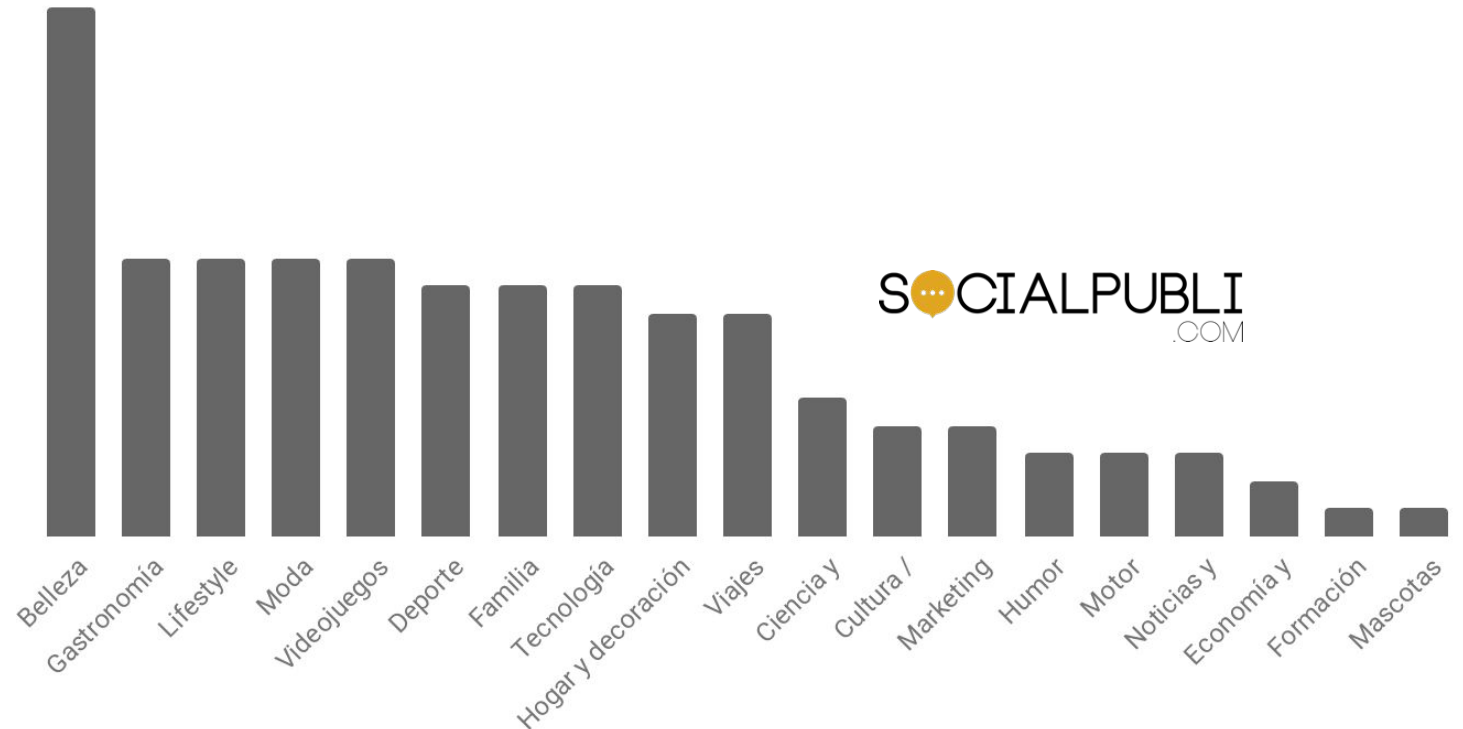
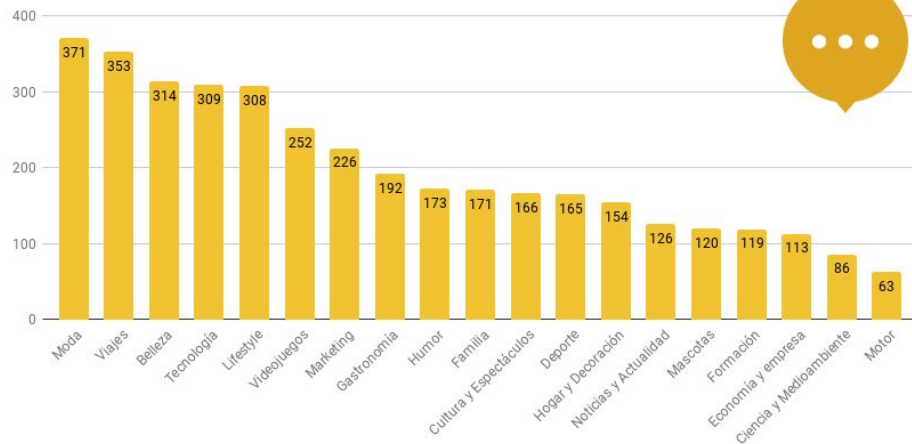
Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

Sectores con más potencial en el marketing de influencers

© SocialPubli.com 2019

Sector con más futuro del marketing de influencers

© Socialpubli.com



Fuente: [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 [Estudio Global de Microinfluencers 2018](#).

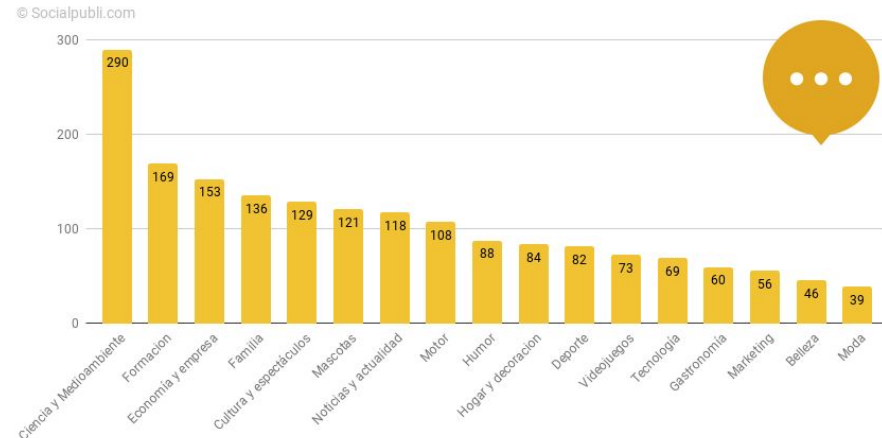


Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

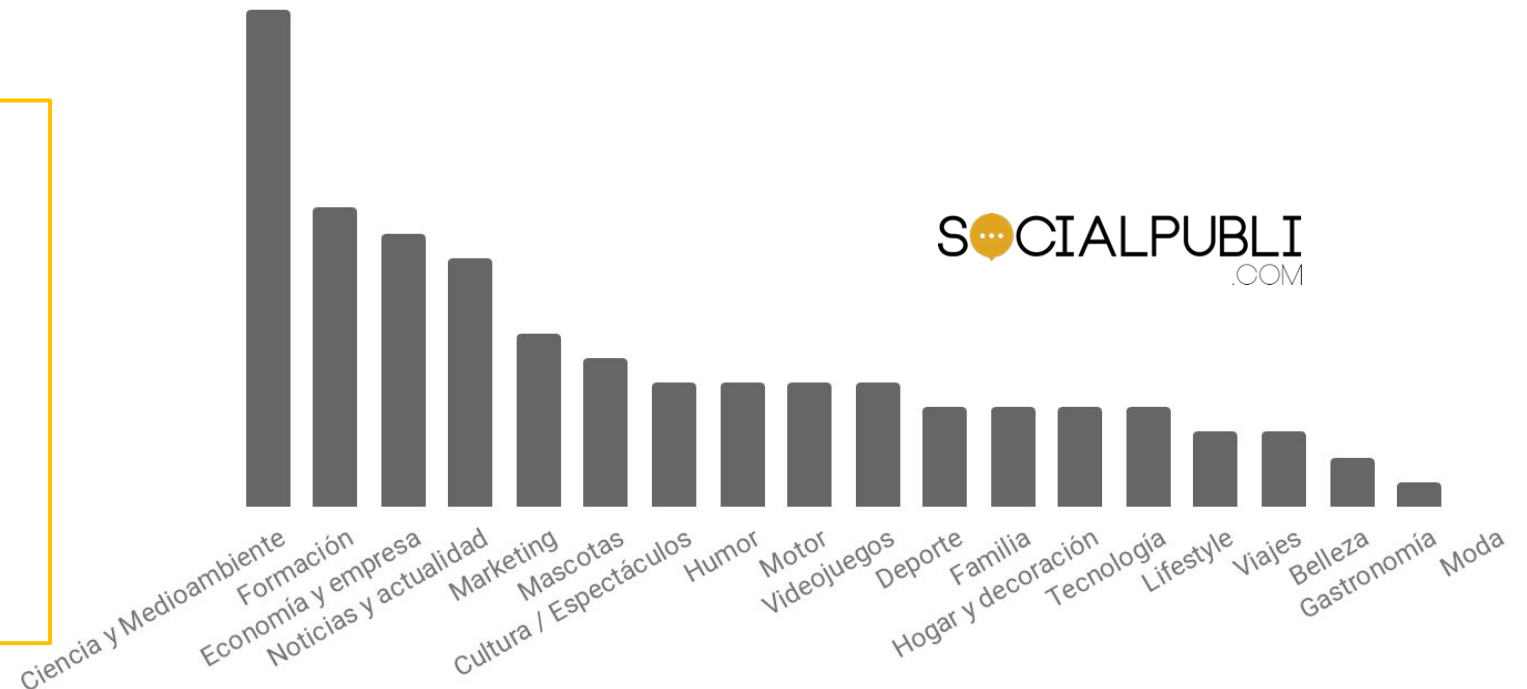
¿En qué sector crees que está menos desarrollado el negocio de los influencers?

©SocialPubli.com 2019

Sectores menos desarrollados del marketing de influencers (agregado)



Fuente: [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

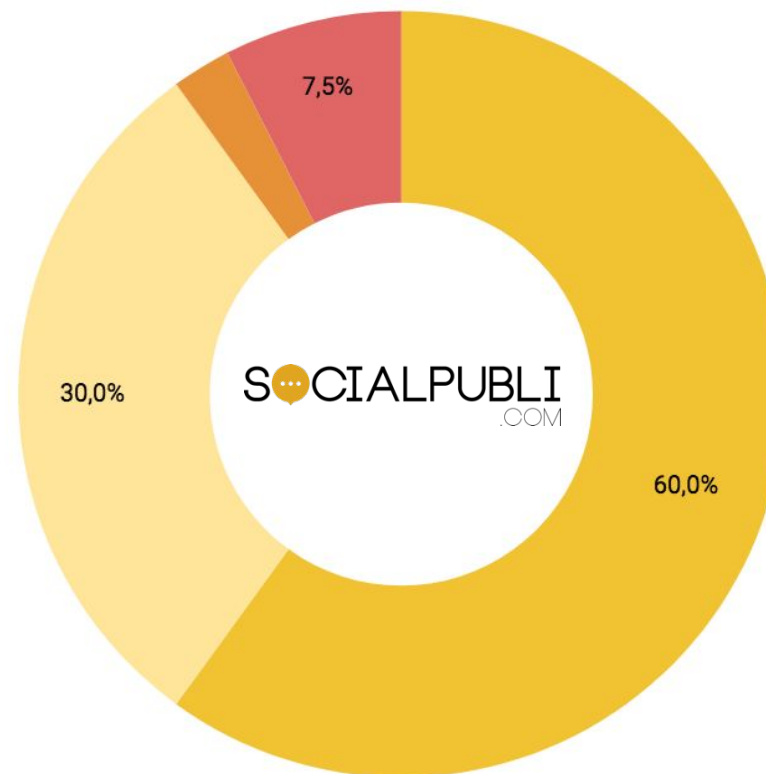
#KINGSoftheCampaigns

¿Cómo será tu inversión en marketing de influencers?

© SocialPubli.com 2019

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.



● Planeo aumentarla ● Planeo mantenerla ● Planeo reducirla ● No planeo realizar inversión en influencers



Estudio de Anunciantes con Influencers 2019

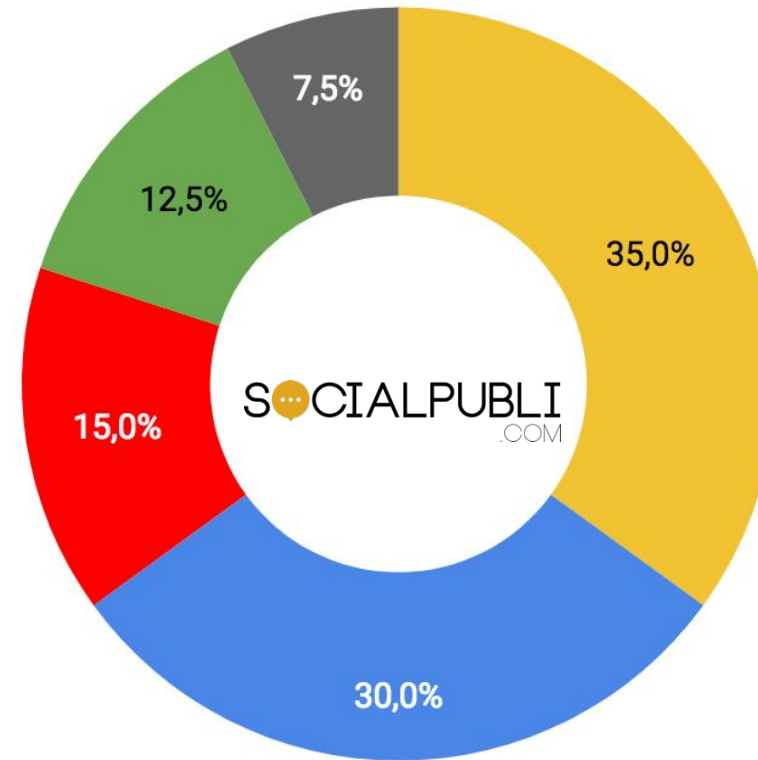
#KINGSofttheCampaigns

¿Cuál crees que será la mayor tendencia del marketing?

© SocialPubli.com 2019

Como ya anunciamos en nuestro [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.



● Microinfluencers ● Inteligencia artificial ● Vídeos en directo ● Automatización de procesos ● Chatbots



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.

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.

Recuerda:



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

Más de 2.000 campañas realizadas.

Estadísticas en tiempo real.

1.500 millones de audiencia potencial en 25 países.

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](https://www.facebook.com/socialpubliES)

 [@socialpubli_es](https://twitter.com/socialpubli_es)

 [socialpubli](https://www.instagram.com/socialpubli)

Colabora:

Influencers

“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

S**CIALPUBLI**
.COM

#KINGSoftheCampaigns