



E-Book

Marketing de Influência e o Mercado

DESCO

Sumário

Introdução	3
Marketing de Influência e o Mercado	4
Como definir os objetivos?	6
Como definir estratégias?	7
Tipos de estratégia com Influenciadores	11
Como escolher um influenciador?	12
A diferença entre influenciadores	14
A importância de escolher os influenciadores certos	16
Afinal, influência é venda?	18
Conclusão	19
Referências	20

Introdução

O marketing de influência é uma estratégia de marketing que envolve a colaboração entre uma marca e uma pessoa influente em uma determinada comunidade ou nicho. O objetivo é aproveitar a influência do indivíduo para promover produtos ou serviços da marca para seu público.

Os influenciadores podem ser celebridades, especialistas em determinado assunto, micro influenciadores (com menor número de seguidores) ou até mesmo clientes fiéis da marca. Eles geralmente são contratados para criar conteúdo patrocinado em suas redes sociais, blogs ou outros canais digitais.

O marketing de influência pode ser uma maneira eficaz de alcançar públicos específicos e criar confiança na marca por meio de associação com pessoas influentes.

Marketing de Influência e o Mercado

As estatísticas comprovam o impacto que o marketing de influência tem sobre o comportamento do consumidor. Cerca de 40% dos brasileiros que compram pela internet buscam a opinião de algum influenciador antes de efetivar uma compra. Os influenciadores possuem uma abordagem única para seus seguidores, conhecendo bem seu público e sabendo como atingi-los de forma efetiva.

40%
dos brasileiros
que compram pela
internet buscam a
opinião de algum
influenciador



O mercado de marketing de influência no Brasil tem crescido exponencialmente desde 2016, tendo um aumento de 700% no período. **De acordo com a Influencer Marketing Hub**, o investimento global em marketing de influência cresceu de **US\$ 1,7 bilhão para US\$ 13,8 bilhões entre 2016 e 2021.**

O Brasil é um dos líderes mundiais no mercado de influência, com aproximadamente

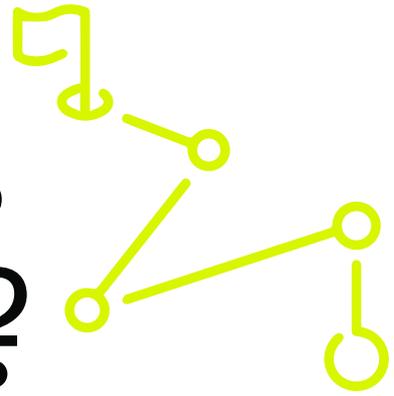
10,5
milhões de
influenciadores

no Instagram, cada perfil com no mínimo mil seguidores.

A Nielsen realizou uma pesquisa demonstrando que o país perde apenas para os Estados Unidos em outras plataformas como **TikTok e Youtube**.

Esses dados evidenciam a crescente **importância do marketing de influência no mercado atual** e a necessidade das **empresas investirem nessa estratégia para obterem sucesso em seus negócios.**

Como definir os objetivos?

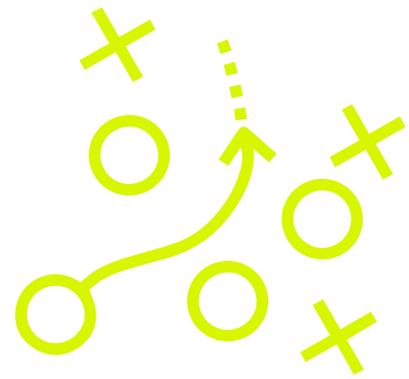


Antes de iniciar sua campanha de Marketing de Influência, é fundamental definir claramente seus objetivos. Você precisa saber o que deseja alcançar com a ação e como medir seu sucesso. Alguns exemplos de objetivos a serem traçados são gerar awareness para a marca, gerar leads para serem trabalhados no Marketing, aumentar a presença digital da empresa ou vender X unidades do produto no e-commerce.

Além disso, é importante ter criado a persona do seu público-alvo. A persona é uma representação semi-fictícia do seu cliente ideal e inclui informações sobre seus interesses, comportamentos e necessidades. Isso ajuda a entender melhor o tipo de influenciador que pode ter mais impacto sobre o seu público-alvo.



Como definir estratégias?

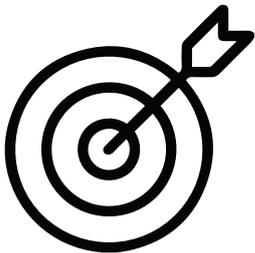


Depois de definir seus objetivos e ter criado a persona, precisa se pensar na estratégia.

Uma estratégia de Marketing de Influência é um plano de ação detalhado que visa utilizar influenciadores para promover uma marca, produto ou serviço. Essa estratégia envolve a escolha cuidadosa dos influenciadores que mais se alinham com a marca e seu público-alvo, bem como a definição clara dos objetivos da campanha.

A estratégia de Marketing de Influência também deve incluir a forma como os influenciadores serão integrados na estratégia de Marketing da empresa. Isso pode incluir desde a definição dos tipos de conteúdo que serão criados até a forma como o influenciador será remunerado ou incentivado a promover a marca.

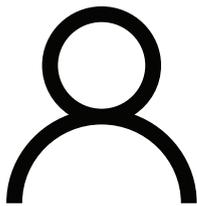
Para criar uma estratégia de Marketing de Influência eficaz, siga estes passos:



01

Defina seus objetivos

Comece definindo o que deseja alcançar com a campanha de Marketing de Influência. É aumentar o reconhecimento da marca? Gerar vendas? Aumentar o engajamento nas mídias sociais? Isso ajudará a orientar sua estratégia.



02

Identifique seu público-alvo

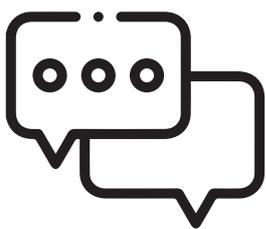
Determine quem é seu público-alvo e quais influenciadores eles seguem. Isso ajudará a identificar os influenciadores que têm o público mais alinhado com o seu.



03

Encontre os influenciadores certos

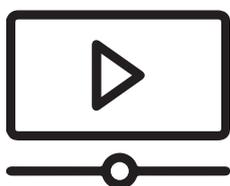
Pesquise influenciadores em plataformas como Instagram, TikTok, YouTube e outras redes sociais relevantes para o seu público. Avalie o tamanho do público, o engajamento, a relevância e a autenticidade do influenciador antes de escolhê-lo.



04

Desenvolva uma mensagem coerente

Certifique-se de que a mensagem que você deseja transmitir seja clara e coerente. Alinhe a mensagem com a missão e os valores da sua marca e escolha um influenciador que possa transmiti-la de forma autêntica.



05

Defina o tipo de campanha

Determine o tipo de campanha que deseja realizar. Pode ser uma campanha de divulgação, um vídeo de unboxing, uma parceria de longo prazo ou outra abordagem que se adapte à sua marca e aos seus objetivos.



06

Estabeleça um orçamento

Defina um orçamento para a campanha de Marketing de Influência. Lembre-se de que os preços dos influenciadores variam muito, portanto, certifique-se de ter uma ideia clara do que pode ser alcançado com o seu orçamento.

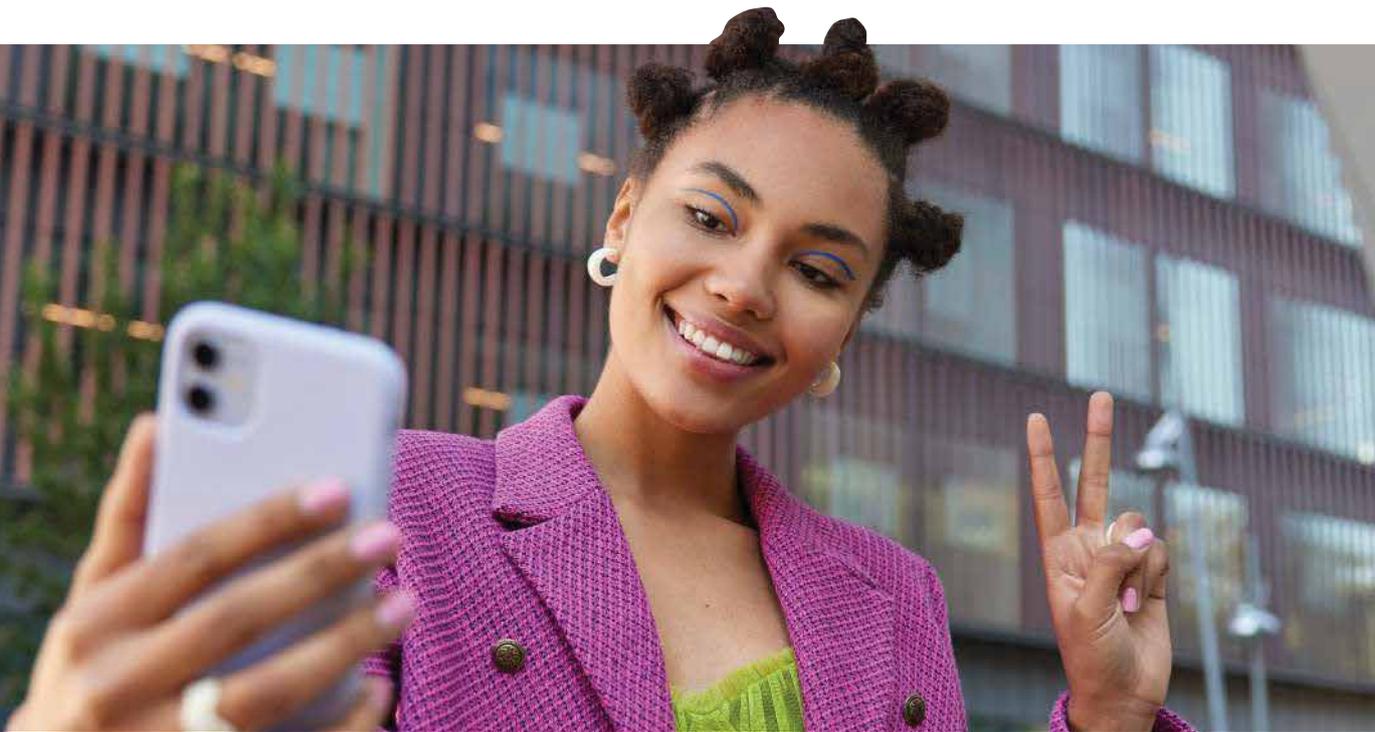


07

Meça os resultados

Certifique-se de que a mensagem que você deseja transmitir seja clara e coerente. Alinhe a mensagem com a missão e os valores da sua marca e escolha um influenciador que possa transmiti-la de forma autêntica.

Seguindo esses passos, você pode criar uma estratégia de Marketing de Influência eficaz que ajuda a aumentar o reconhecimento da sua marca e a gerar vendas.



Lembre-se de que o Marketing de Influência é uma técnica em constante evolução, portanto, esteja disposto a experimentar novas abordagens e ajustar sua estratégia para obter os melhores resultados.

Tipos de estratégia com Influenciadores

Nem sempre ao contratar o influencer, ele se tornará o representante da sua marca para sempre, isso depende muito da estratégia que você irá adotar.

Existem três estratégias que você pode utilizar:

01

Ativação

Trata-se de inserções pontuais, como um vídeo que registra a presença de uma celebridade em um evento da marca.

02

Embaixadores

Esse tipo de colaboração é uma relação "eterna", ou seja, de longo prazo. Embaixadores representam a marca ao longo do tempo e têm um papel importante na construção da imagem da marca.

03

Campanha

Aqui, as ações acontecem durante um período de tempo específico com um objetivo final em mente.

A importância do cronograma



Definir um cronograma para uma estratégia de Marketing de Influência é importante para garantir que as ações sejam executadas no momento adequado, levando em consideração fatores como sazonalidade, lançamentos de produtos, datas comemorativas e outros eventos relevantes.

Como escolher um influenciador?

Para escolher um influenciador adequado para sua estratégia de marketing de influência, é importante seguir alguns critérios.

Primeiro, busque por influenciadores relevantes que possam entender e comunicar seus produtos ou serviços de forma autêntica e coerente com a imagem da sua marca. Analisar a taxa de engajamento também é crucial, verificando se o influenciador tem um bom relacionamento com seus seguidores e se suas publicações são compartilhadas.



Além disso, é importante observar a qualidade dos conteúdos e a forma como o influenciador se comunica com o público.

A mensuração dos resultados da campanha é essencial para avaliar se o influenciador escolhido foi eficaz ou não, e ajustar a estratégia conforme necessário. Lembre-se de decifrar as métricas, incluindo curtidas, alcance, comentários e compartilhamentos. Ao considerar todos esses critérios, você poderá escolher o influenciador ideal para ajudar a impulsionar sua campanha e atingir seus objetivos de marketing.

A diferença entre influenciadores

Existem diferentes tipos de influenciadores no marketing de influência, cada um com suas próprias características e alcance de público. Abaixo estão alguns dos principais tipos de influenciadores:

Celebridades:

São pessoas famosas, como atores, cantores e esportistas, que têm um grande número de seguidores nas redes sociais.

Macro influenciadores:

São influenciadores digitais com mais de 100.000 seguidores e que costumam ter uma audiência ampla em um determinado nicho ou mercado.

Micro influenciadores:

São influenciadores digitais com um número menor de seguidores, geralmente entre 10.000 e 100.000. Eles costumam ter uma audiência mais engajada e fiel, e podem ser mais acessíveis para parcerias.

Nano influenciadores:

São influenciadores digitais com menos de 10.000 seguidores, mas que têm um grande impacto sobre a audiência. Eles podem ser muito específicos em nichos de mercado, e geralmente têm uma relação mais próxima com seus seguidores.

Especialistas:

São influenciadores que têm uma grande expertise em um determinado assunto ou indústria, e são conhecidos por compartilhar conhecimentos e opiniões valiosas sobre esses temas.

Não se arrisque a investir em influenciadores digitais que não estejam alinhados com os valores da sua marca e, conseqüentemente, não estejam em sintonia com a mensagem que sua empresa deseja transmitir aos clientes.

Por isso, antes de contratá-los, é essencial conhecer bem o profissional e avaliar se ele é realmente o tipo de pessoa que você deseja para promover sua marca.



A importância de escolher os influenciadores certos

O Marketing de Influência tem se tornado cada vez mais popular no mundo digital. A estratégia consiste em utilizar a influência de pessoas conhecidas e respeitadas nas redes sociais para promover marcas, produtos e serviços. Mas, como escolher os influenciadores certos para a sua campanha?

Primeiramente, é importante entender que a escolha dos influenciadores deve ser baseada em critérios relevantes para o seu negócio. Não adianta escolher um influenciador com milhões de seguidores, se ele não tem afinidade com o seu público-alvo ou com os valores da sua marca.

Outro ponto importante é avaliar a qualidade do conteúdo produzido pelo influenciador. É preciso que ele tenha um engajamento real com seus seguidores, que produza conteúdo de qualidade e que esteja alinhado com os valores da sua marca.

Além disso, é importante analisar o perfil dos seguidores do influenciador. Eles são realmente relevantes para o seu negócio? Possuem o perfil de consumidor que você busca?

Eles são realmente relevantes para o seu negócio?

Possuem o perfil de consumidor que você busca?

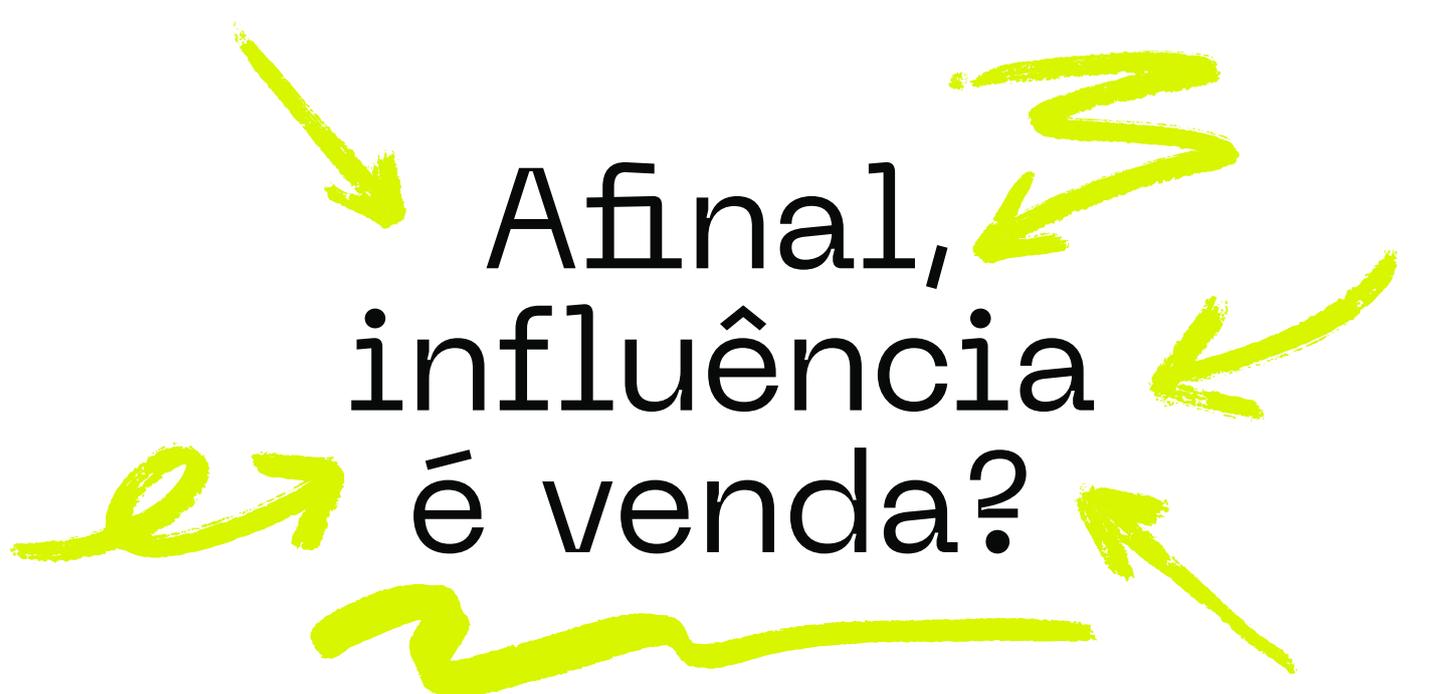
É importante ter em mente que o número de seguidores não é o único fator determinante para o sucesso de uma campanha de Marketing de Influência.

Outro ponto a ser considerado é a autenticidade do influenciador. Ele realmente acredita na sua marca e no produto ou serviço que está sendo promovido? Essa autenticidade é essencial para que a campanha seja bem sucedida e para que o público se sinta realmente engajado.



Por fim, é importante ter em mente que o Marketing de Influência não é uma estratégia única e definitiva. É preciso estar sempre atento às mudanças no mercado e às novas tendências para garantir que a sua campanha esteja sempre atualizada e relevante.

Em resumo, escolher os influenciadores certos para a sua campanha de Marketing de Influência é essencial para o sucesso da estratégia. É preciso avaliar critérios relevantes para o seu negócio, como afinidade com o público-alvo, qualidade do conteúdo produzido, perfil dos seguidores e autenticidade do influenciador. Com essas dicas, você poderá criar campanhas de Marketing de Influência mais efetivas e engajadoras.



Afinal, influência é venda?

Influência não necessariamente significa venda direta, mas pode ser um importante fator para impulsionar as vendas de um produto ou serviço. Um influenciador pode ajudar a aumentar a visibilidade e credibilidade da marca, além de atrair mais seguidores e potenciais clientes. No entanto, é importante lembrar que o sucesso de uma campanha com influenciadores não depende apenas da influência do profissional, mas também da qualidade do produto ou serviço oferecido, da estratégia de marketing utilizada e do público-alvo atingido.

Portanto, é preciso ter um planejamento bem estruturado para aproveitar ao máximo o potencial de uma campanha com influenciadores e transformar a influência em vendas efetivas.

Em conclusão,

as estratégias de marketing de influência podem trazer resultados significativos para as marcas, mas é importante entender que não são simplesmente sobre ter um influenciador promovendo seu produto ou serviço. É necessário um planejamento cuidadoso e uma escolha estratégica do influenciador certo para a marca e seus objetivos.

É nesse ponto que a Desco é de grande ajuda. Com sua experiência e conhecimento do mercado, podemos ajudar a identificar os influenciadores ideais para a marca, criar campanhas eficazes e garantir que o ROI seja alcançado.

Além disso, também podemos auxiliar na gestão e negociação de contratos, monitoramento de resultados e análise de métricas para garantir que a estratégia seja adaptada e aprimorada ao longo do tempo.



Contar com a Desco é uma escolha inteligente para as marcas que desejam aproveitar ao máximo as oportunidades do marketing de influência e alcançar seus objetivos de negócios de forma eficaz.

Referências

<https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/o-diferencial-do-marketing-de-influencia-e-seu-crescimento>

<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-influencia/>

<https://www.agenciaeplus.com.br/4-tipos-de-influenciadores-saiba-qual-usar-no-seu-e-commerce/#:~:text=Conhe%C3%A7%C3%A3o%20os%20mega%2C%20macro%2C%20micro%20e%20nano%20influencers!&text=Tipos%20de%20influenciadores%20s%C3%A3o%20categorias,profissionais%20para%20fins%20de%20Marketing.>

<https://migreseunegocio.com.br/a-importancia-de-ser-um-digital-influencer-para-a-sua-marca/>

<https://www.agenciatupiniquim.com.br/blog/o-que-e-marketing-de-influencia/>

<https://br.hubspot.com/blog/marketing/marketing-de-influencia>

DESCO

contato@agenciadesco.com

agenciadesco.com