



EL MIRADOR INDISCRET

LA COMUNICACIÓ I EL MÀRQUETING DEL FUTUR SENSE EMBUTS

#elmirador
@colpublirp

#4. Influencer: mite o realitat

Dijous, 27 d'abril de 2017

Òscar Iniesta, @Oskrini
Arantxa Pérez, @normcoregirl
Jaume Rojo, @rushsmith
Amets Uriarte, @amets_



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya



EL MIRADOR INDISCRET

LA COMUNICACIÓ I EL MÀRQUETING DEL FUTUR SENSE EMBUTS

LES 10 CLAUS DE Influencers: mite o realitat

#elmirador
@colpublirp

1. Els influencers creen grans vincles emocionals amb els seus seguidors. Són líders d'opinió i en la seva comunitat, els lectors assidus, respecten el que diuen i els inspiren.
2. Tipus d'influencers:
 - . Micro influencer: menys de 10.000 seguidors
 - . influencers migs: tenen una comunitat activa de més de 10k
 - . Influencers alts: més de 100k amb un engagement del 4% mínim
 - . Celebrities: influencers amb fenomen fan associat
 - . Famosos: aporten imatge de marca, però no són influencers.
3. Escollim el tipus d'influencer segons necessitat i objectiu de la marca
4. Detectar i descartar els bad influencers. S'autodenominen influencers però compren likes, no tenen comentaris, ...



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya



EL MIRADOR INDISCRET

LA COMUNICACIÓ I EL MÀRQUETING DEL FUTUR SENSE EMBUTS

LES 10 CLAUS DE Influencers: mite o realitat

#elmirador
@colpublirp



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya

5. Amb l'influencer tens set departaments, de set proveïdors diferents en un sol fee: creatiu, model, imatge de marca, marca personal que genera imatge de marca, productor, editor, cap d'equip, fotògraf i escriptor, relacions públiques i administratiu.
6. Tipus de relació marca/influencer:
 - a) Model col·laboratiu: el creador té un missatge i la marca vol donar aquest missatge.
 - b) Model de patrocini: tinc aquest contingut i necessito una marca que em patrocini.
7. L'influencer té una gran capacitat d'audiència que en molts casos és molt superior a la dels mitjans tradicionals.
8. Però no tot acaba amb el nombre de seguidors (en pots tenir menys, però de més fidels). És més important la capacitat d'influència que la difusió.
9. Cada minut es pugen 500 hores de contingut. Hem doncs de generar el nostre propi contingut i que sobresurti.



EL MIRADOR INDISCRET

LA COMUNICACIÓ I EL MÀRQUETING DEL FUTUR SENSE EMBUTS

LES 10 CLAUS DE Influencers: mite o realitat

#elmirador
@colpublirp

10. 10 coses que les empreses han de tenir en compte en relació amb els influencers:
 - a) Atrevir-se: no és fàcil per a empreses tradicionals
 - b) Atrevir-se, de veritat
 - c) No perdre el focus: pot generar contingut natiu però donar un brief.
 - d) Planificat vs espontani: hem d'estar oberts a les oportunitats que ofereix el que surt de forma espontània
 - e) Combinar grans influencers amb altres més modestos: capacitat de generar viralitat i qualitat dels posts.
 - f) Més enllà de l'influencer com media: establir relacions a llarg termini
 - g) Analitza molt bé l'influencer
 - h) Els valors de la companyia per damunt de tot
 - i) Contacte directe
 - j) Mesura l'èxit, per anar millorant



Col·legi de Publicitaris i
Relacions Públiques de Catalunya