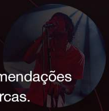
MARKETING DE INFLUÊNCIA

QUEM SÃO OS INFLUENCIADORES DIGITAIS?

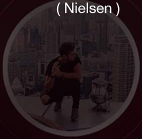
Influenciador é alguém que possui uma audiência que o segue e o acompanha nas redes sociais através do conteúdo que ele produz. São pessoas suficientemente relevantes a ponto de impactar o comportamento ou as escolhas do seu público.

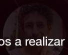
RELEVÂNCIA DO INFLUENCIADOR



92%

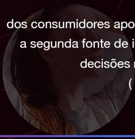
dos consumidores confiam mais em recomendações feitas por indivíduos do que por marcas.
(Nielsen)





71%

dos consumidores são mais propensos a realizar compras com base em referências de mídias sociais.
(Hubspot)

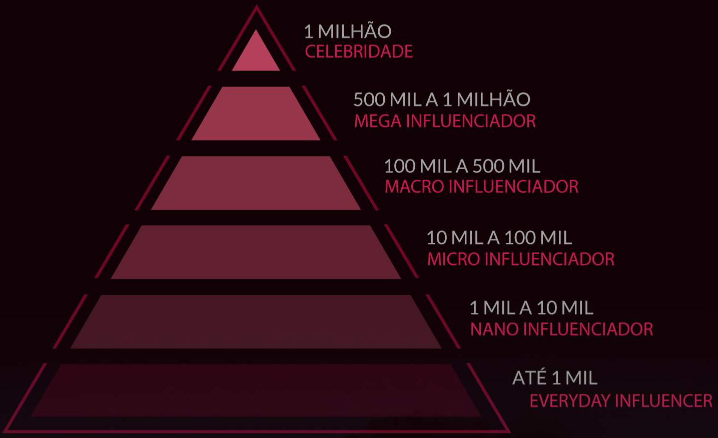


49%

dos consumidores apontam que os influenciadores são a segunda fonte de informações para a tomada de decisões na hora da compra.
(Qualibest)

PIRÂMIDE DOS INFLUENCIADORES

Os influenciadores são classificados numa pirâmide de acordo com a quantidade de seguidores que possuem em pelo menos uma rede social:



1 MILHÃO
CELEBRIDADE

500 MIL A 1 MILHÃO
MEGA INFLUENCIADOR

100 MIL A 500 MIL
MACRO INFLUENCIADOR

10 MIL A 100 MIL
MICRO INFLUENCIADOR

1 MIL A 10 MIL
NANO INFLUENCIADOR

ATÉ 1 MIL
EVERYDAY INFLUENCER

EVERYDAY INFLUENCERS

Muitas vezes não se consideram influenciadores e não monetizam suas contas nas redes sociais. Contudo, estão muito perto de seus seguidores, que geralmente são amigos, familiares, colegas de trabalho etc.

NANO INFLUENCIADORES

Assemelham-se muito aos Everyday Influencers, porém com um pouco mais de notoriedade. São caracterizados pela alta confiança do seu público, mas ainda têm baixo alcance.

MICRO INFLUENCIADORES

Possuem um nicho específico e estão profundamente conectados com seus seguidores. Tipicamente têm baixo alcance, mas são altamente relevantes. Muitos começam a se destacar por criarem conteúdo de qualidade.

MACRO INFLUENCIADORES

Influenciadores que alcançaram um patamar maior no nicho em que atuam. Começam a perceber mais destaque no alcance das publicações, porém com redução proporcional no nível de engajamento.

MEGA INFLUENCIADORES

Têm notoriedade no conteúdo que produzem e começam a ter maior visibilidade em eventos e ações de cross-media. Provavelmente já utilizam a influência como fonte de renda.

CELEBRIDADES

Possuem uma audiência massiva. Em geral, são personalidades da TV, artistas, atletas, youtubers de sucesso, enfim, pessoas amplamente reconhecidas pela sociedade.

Tanto os defensores da marca quanto os influenciadores profissionais podem estar presentes em qualquer faixa da pirâmide:

DEFENSORES DA MARCA

Um defensor da marca geralmente vem na forma de um cliente que está altamente satisfeito com o produto/serviço de uma marca e tende a disseminar suas recomendações positivas através do boca a boca, sem ser pago por isso. Suas indicações podem ser consideradas como a forma mais confiável de publicidade.

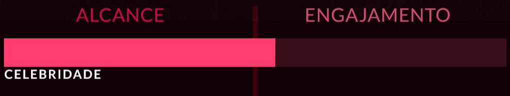
INFLUENCIADORES PROFISSIONAIS

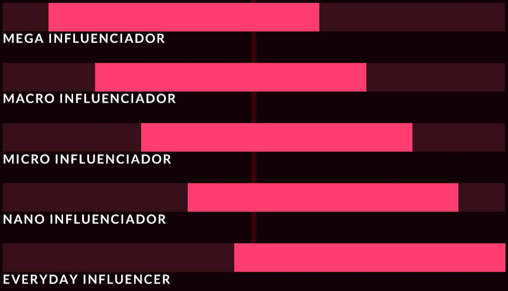
Este tipo de influenciador utiliza a mídia como forma de trabalho. Podem ser líderes de pensamento ou referenciados por seus influenciadores e pares como autoridade em certos tópicos ou temas. Os influenciadores profissionais também podem incluir colunistas, políticos, jornalistas, formadores de opinião e canais de comunicação.

RELAÇÃO ALCANCE X ENGAJAMENTO

O alcance é o total de pessoas que o influenciador consegue impactar com suas redes sociais. Já o engajamento tem relação com a quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos das suas publicações.

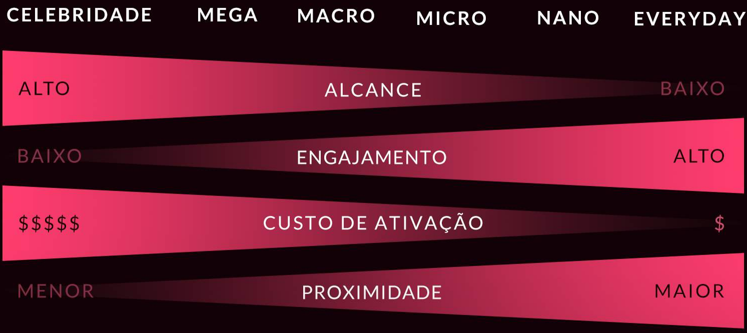
Quando observamos os tipos de influenciadores na relação alcance x engajamento, temos a seguinte representação gráfica:





IMPACTO DA INFLUÊNCIA

Os níveis de alcance, engajamento, custo de ativação e proximidade variam conforme o tipo de influenciador. Os dados abaixo, em linhas gerais, devem ser levados em conta na escolha do influenciador, de acordo com o objetivo da campanha.



CELEBRIDADE **MEGA** **MACRO** **MICRO** **NANO** **EVERYDAY**

ALTO ALCANCE BAIXO

BAIXO ENGAJAMENTO ALTO

$$$$$ CUSTO DE ATIVAÇÃO $

MENOR PROXIMIDADE MAIOR

A Kuak é uma das empresas pioneiras no desenvolvimento de soluções para o mercado de Marketing de Influência no Brasil. Com mais de cinco anos de atuação, a startup possui uma das mais completas plataformas dedicadas a influenciadores, permitindo análise de performance, interação com marcas e acesso à comunidade de digital influencers.