



MARKETING

EBOOK

COMO SUA EMPRESA
PODE SE BENEFICIAR DO

MARKETING
INFLUÊNCIA

DE

post2B

SUMÁRIO

SUMÁRIO

01 **Introdução** **03**

03 **Quais os benefícios
dessa estratégia?** **05**

02 **O que é marketing
de influência?** **10**

04 **Como um digital
influencer pode ajudar
uma empresa** **05**

01 Introdução

É possível que você ainda não tenha percebido, mas muitas das ações tomadas em sua vida são influenciadas. Isso mesmo! Seja por meio de anúncios publicitários na TV, por indicações de amigos, por propagandas feitas por celebridades ou, até mesmo, pela divulgação de produtos pelos influenciadores digitais. Atualmente, a maioria dessas atividades faz parte de uma estratégia nova e conhecida como marketing de influência.

Muitos gestores, empresários e profissionais da área de marketing estão apostando todas as suas fichas nesse método, uma vez que os seus resultados têm sido altamente eficazes e satisfatórios. Mas afinal, qual o real significado desse conceito e como aplicá-lo na rotina de uma empresa?



Se essas também são as suas dúvidas, pode ficar tranquilo. Para ajudá-lo a alcançar resultados cada vez melhores e consolidar a sua marca no mercado, criamos um conteúdo exclusivo e com tudo o que você precisa saber sobre o assunto. Preparado? Então, acompanhe a leitura e saiba como aproveitar esses benefícios!

02

O que é marketing de influência?

O famoso marketing de influência, ou influencer marketing, já faz parte da realidade das maiores corporações do mundo. Nos Estados Unidos, por exemplo, essa estratégia é considerada tendência obrigatória para empresas que desejam alcançar sucesso na era das redes sociais.

Basicamente, o conceito diz respeito a uma série de métodos capazes de influenciar o público, atraindo mais consumidores para uma marca e, conseqüentemente, aumentando as vendas de produtos ou serviços no fim do mês. Para aplicar essas estratégias em uma corporação, é preciso contar com produtores de conteúdo de alta relevância na web, ou seja, os populares influenciadores digitais.



Através desses ícones, é possível produzir conteúdos interessantes para os seguidores, criando assim, uma ponte entre a marca e o público-alvo. Com o tempo, esse método é capaz de estabelecer uma relação de confiança, influenciando na decisão de compra e, inclusive, fidelizando os clientes já existentes.

Entender essa transformação é simples: com a chegada da internet, o público está muito mais exigente. Com o fácil acesso à informação, os consumidores têm mais praticidade para conferirem as informações a respeito de um produto ou serviço.

Eles têm todas as condições para saberem se uma marca é confiável, se os produtos ou serviços são de qualidade, se o atendimento prestado é eficiente e por aí vai. Por essa razão, a propaganda tradicional, como conhecemos, acabou perdendo força, fazendo com que a maioria dos clientes passassem a confiar bem mais nas recomendações realizadas por outros usuários, sejam eles amigos, parentes ou os próprios influenciadores digitais.

03

Quais os benefícios dessa estratégia?

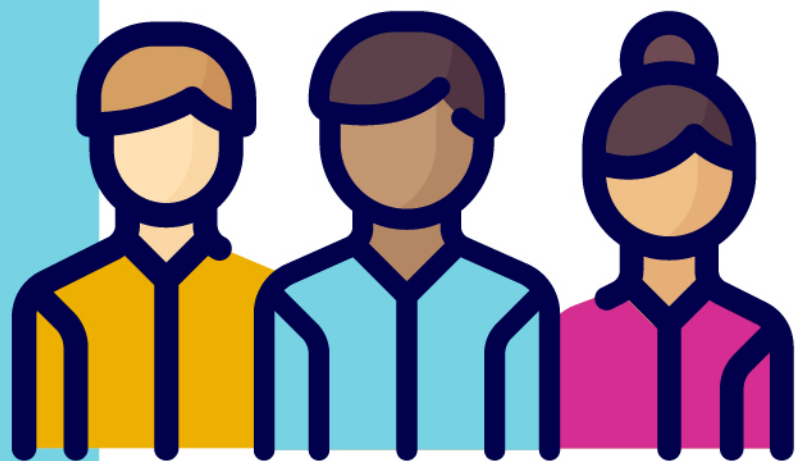
Existe uma série de benefícios para os profissionais que decidem incluir o marketing de influência na estratégia digital de uma empresa. O primeiro deles, é que você terá a oportunidade de segmentar suas ações e, principalmente, transmitir a essência de sua marca, com a autoridade de uma voz reconhecida na web. Abaixo, explicaremos em detalhes as vantagens dessa ideia. Veja a seguir:



3.1 Acessível para todos

Ao falar sobre o marketing de influência, muitos gestores acreditam que precisarão gastar fortunas na hora de firmar parcerias com personalidades das redes sociais. **Grande engano!**

O número de influenciadores digitais é bem vasto e, por conta disso, os preços são muito diversos. Alguns deles, trabalham com valores mais acessíveis e diferentes formas de pagamento. Tudo o que você precisa fazer é procurar bem e escolher o profissional que melhor se encaixa à proposta da sua marca e orçamento.

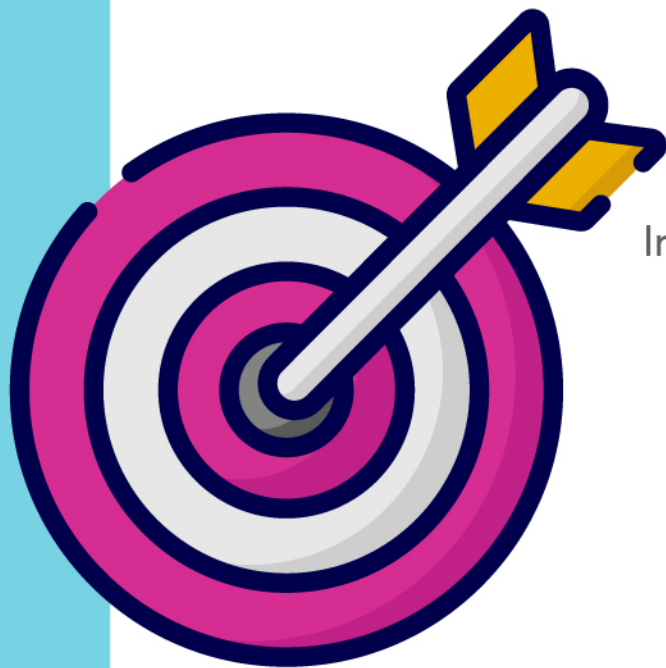


3.2 Ótimos resultados

O sonho de todo empresário é encontrar métodos capazes de alcançar resultados reais e satisfatórios no fim do mês. Já adiantamos que, com o marketing de influência, isso é totalmente possível.

Segundo uma pesquisa, realizada em 2018, 86% dos gestores entrevistados utilizaram as estratégias do marketing de influência em 2017 e 92% deles consideraram o método eficiente.

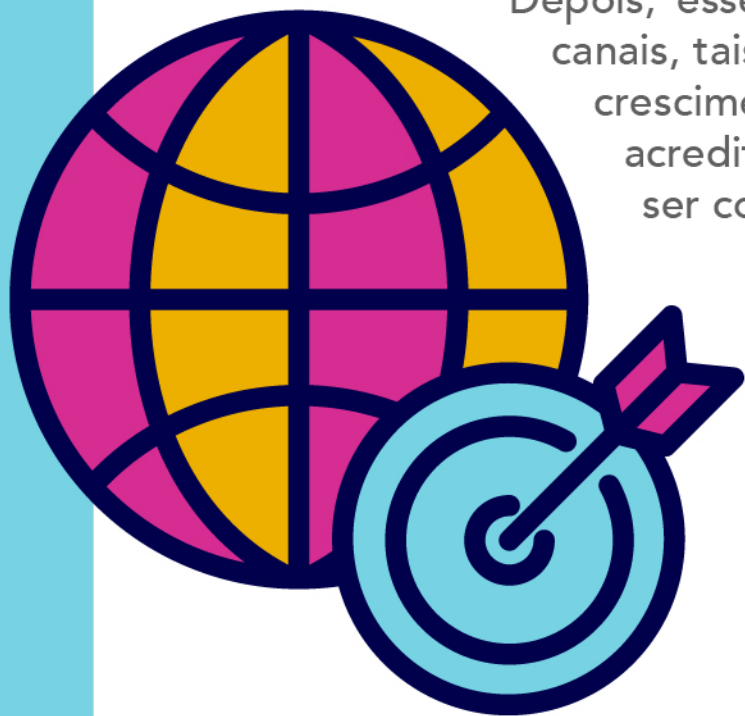
O mesmo relatório ainda revela que a maioria desses líderes pretende continuar disponibilizando parte do orçamento para investir nessas práticas durante os próximos anos. Interessante, não é?



3.3 Excelente alcance

Uma das principais vantagens do marketing de influência está no alcance. Como você já deve imaginar, o alcance dos influenciadores digitais é extremamente alto na web. Tudo começou na era dos blogueiros, que já detinham grande parte da audiência digital.

Depois, esses mesmos profissionais passaram a investir em outros canais, tais como o Instagram e YouTube, causando um verdadeiro crescimento na audiência. Muitos especialistas, inclusive, acreditam que o alcance e atuação desses profissionais podem ser comparados aos da TV brasileira. Dá para acreditar?

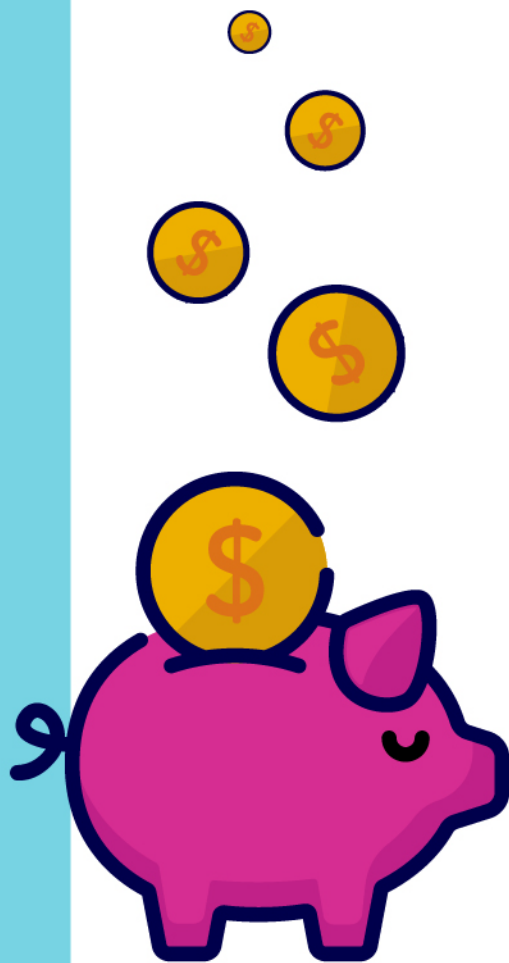


3.4 Mais eficaz que a busca orgânica

Durante um bom tempo, quem trabalhava com marketing digital acreditava que a busca orgânica era o melhor caminho para atrair a clientela.

Mas parece que esse cenário já está mudando, como é possível notar em uma pesquisa realizada pela Tomoson: 22% dos entrevistados relataram que o marketing de influência era o tipo de estratégia mais ágil e eficaz para atrair os consumidores, deixando para trás os resultados orgânicos do Google.





3.5 Retorno financeiro que enche os olhos

Quem não gosta de ter bons retornos financeiros, não é mesmo? E a boa notícia, é que as campanhas de marketing digital conseguem gerar um engajamento altíssimo — muito maior do que as clássicas publicidades que conhecemos tão bem.

Ainda de acordo com o estudo da Tomoson, foi constatado que esse tipo de estratégia, conseguiu estabelecer um Retorno Sobre Investimento (ROI) médio surpreendente: para cada US\$ 1 investido, US\$ 6,50 de receita.

Embora os valores mostrados no levantamento estejam em dólar, no Brasil isso não é diferente e você já pode começar a considerar essa tática como uma das mais lucrativas do momento.

3.6 Mais credibilidade para a sua marca

Na hora de comprar um produto ou contratar um serviço, nós sempre escolhemos a opção mais vantajosa. Para isso, costumamos analisar critérios importantes, como:



O preço

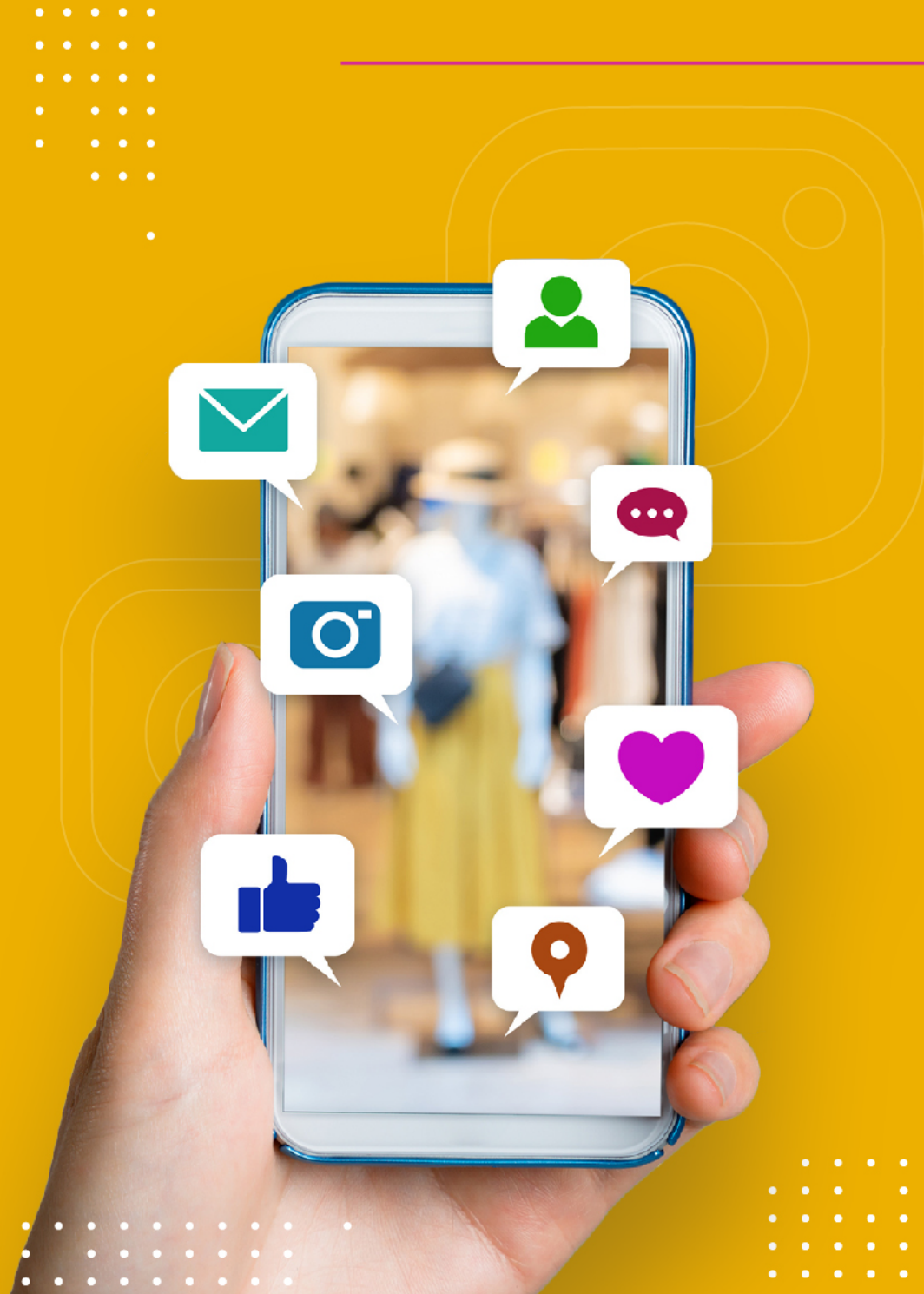


A qualidade



A opinião de outros clientes

Difícilmente, escolhemos marcas que estão repletas de reclamações ou, até mesmo, que não são recomendadas — e é justamente aí que entra o marketing de influência. Ao contar um pouco sobre a sua empresa nas redes sociais e recomendar os seus produtos ou serviços, o influenciador digital conseguirá transmitir confiança aos seguidores.



Em resumo, os usuários passam a acreditar que aquelas informações divulgadas são muito mais reais e confiáveis do que uma mera publicidade na televisão ou rádio. Dessa forma, você terá a chance de aumentar a sua relevância e confiança no universo digital, uma vez que os consumidores terão mais segurança na hora de escolher a sua marca.

04

Como um digital influencer pode ajudar uma empresa a vender mais?

Recentemente, a função dos influenciadores digitais está sendo comentada em vários segmentos do mercado, mas não são todos os que realmente entendem o seu significado.

Tudo começou por volta de 2006, quando a rede social MySpace, conhecida como o paraíso para os amantes de música, alcançou o seu auge. Na mesma época, surgiu também o YouTube, uma plataforma exclusiva para o compartilhamento de vídeos e que, agora, é considerada a maior no segmento.

E se hoje os nomes dessas redes sociais soam tão comuns para nós, na época, elas contribuíram para uma verdadeira evolução do meio digital. Foi através de canais como estes,





que todo o trabalho de social media começou a se tornar relevante para a sociedade e, inclusive, para o mundo corporativo, que rapidamente notou o seu potencial.

Mais alguns anos se passaram e, em 2016, foi a vez de outra plataforma conquistar a sua ascensão: o Instagram. Com o seu crescimento, os usuários conseguiram perceber que, ao compartilhar conteúdos relevantes, eles eram capazes de atrair e fidelizar milhares de seguidores em pouquíssimo tempo. E não demorou muito até que esses indivíduos se tornassem famosos influenciadores digitais, que tanto comentamos atualmente.

Um erro muito comum na hora de definir os influenciadores digitais é dizer que eles são apenas usuários com milhões de seguidores nos principais canais de comunicação.

Muito além disso, esses indivíduos atuam em nichos específicos e são, realmente, capazes de influenciar as pessoas — tanto no pensamento, quanto no comportamento.

A partir das suas publicações, eles conseguem ditar tendências, estimular e, até mesmo, estreitar a relação com o público. O resultado é um só: muito mais curtidas, comentários, compartilhamentos e, claro, excelentes resultados para as marcas que desejam alavancar as suas vendas.

No ramo do marketing, podemos dizer que o influenciador digital é o profissional certo e capacitado para estimular outras pessoas a comprarem os seus produtos ou contratarem os seus serviços.

Para alcançar bons resultados, é de extrema importância que esse ícone da web tenha algumas características valiosas, tais como:



Excelente alcance nas
mídias sociais

+



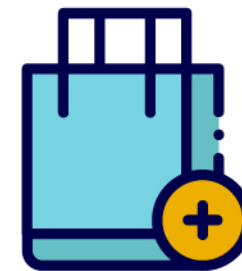
Credibilidade

+



Domínio em
determinado segmento

+



Boa capacidade
de vender



4.1 Como é possível trabalhar com esse tipo de profissional?

Agora que você já está por dentro desse segmento, chegou o momento de aprender a utilizar os influenciadores digitais da melhor forma para alcançar os resultados que tanto deseja.

Vale lembrar que, até o ano passado, e de acordo com um levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), aproximadamente 116 milhões de brasileiros estavam conectados à internet.

Este é um motivo e tanto para que você aproveite esse canal e lucre ainda mais!

Já a forma como você realizará parcerias com esses profissionais pode depender dos seus objetivos para a campanha de divulgação. Entre as ações mais utilizadas nessa estratégia, estão as seguintes:



Branding

O branding é a técnica responsável por estreitar o relacionamento do cliente com determinada marca. Nesse caso, podem ser desenvolvidas ações capazes de despertar diferentes sensações e oferecer experiências inéditas. Isso, sem dúvida, faz com que o indivíduo se identifique, se encante e deseje se tornar um cliente regular.



Awareness

As ações caracterizadas como awareness são excelentes para fazer com que mais pessoas conheçam a sua marca em um mesmo período. Esse tipo de estratégia faz com que você aumente sua audiência na web e também as chances do consumidor escolher seu produto ou serviço.



Ações exclusivas

Dependendo do seu objetivo, há ações exclusivas que podem ser trabalhadas conforme a localização, a faixa etária ou o tema da sua marca. De todas as iniciativas, esta costuma ter um foco de vendas maior e mais intenso, sempre utilizando Calls to Action (CTA) para que o usuário realize uma compra imediatamente.



4.2 Como encontrar o influenciador digital certo?

Para que a sua estratégia de marketing de influência seja realmente eficaz, é fundamental escolher o influenciador certo.

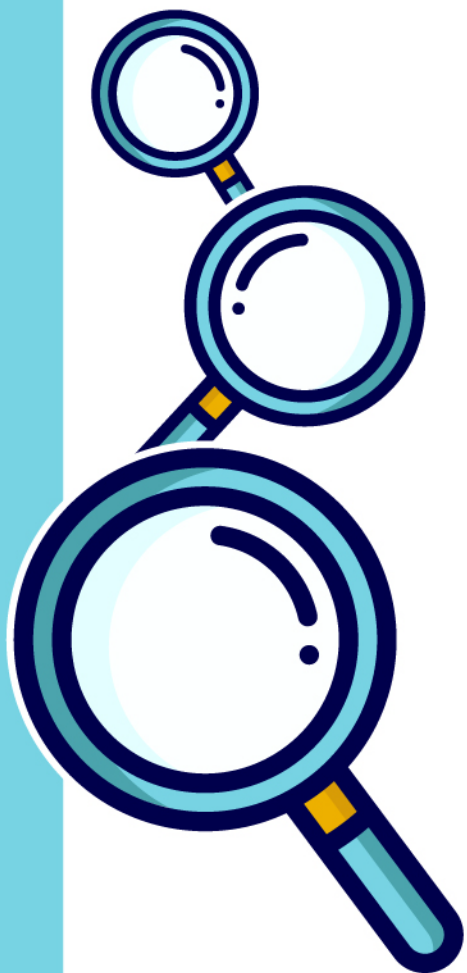
Porém, muitos gestores ficam perdidos na hora de realizar essa tarefa. Se identificou? Tudo bem! A seguir, daremos algumas dicas práticas para ajudar você a vencer essa etapa. Confira:



Conheça bem o seu público

De nada adianta contratar o melhor e mais requisitado influenciador do mercado se, no fim das contas, ele nada tem a ver com a essência da sua marca. Para evitar esse erro, procure conhecer a fundo o seu público, analisando alguns fatores básicos:

- Quais são as redes sociais mais usadas pelos seus consumidores?
- Que tipo de conteúdo eles mais acessam? Texto, vídeo, áudio?
- Que tipo de assunto é mais interessante para o seu público?
- Quais são os influenciadores mais seguidos pelos seus clientes?



Pesquise, pesquise e pesquise!

Muitos profissionais de marketing ainda cometem o erro de analisarem apenas o número de seguidores de um determinado influenciador digital. Não faça isso! Aqui, a quantidade vale muito menos do que a qualidade.

A dica é encontrar profissionais realmente capazes de influenciar e interagir com o público. Além disso, procure avaliar:

- Se o profissional atua no mesmo nicho da sua empresa;
- Se ele é capaz de transmitir o espírito da sua marca;
- Se tem o mesmo perfil do seu público;
- Se ele atua na mesma região que a sua empresa.



Acompanhe os resultados

Por último, e não menos importante, não se esqueça de acompanhar os seus resultados. Toda e qualquer ação realizada com o influenciador deverá ser analisada, com o objetivo de identificar o que a sua marca ganhou e o que perdeu com essa parceria.

Somente assim será possível saber se o profissional é a sua melhor escolha ou se as estratégias precisam ser revistas. Esses dados podem ser checados com a utilização de ferramentas simples e intuitivas, como o Facebook Insights, Instagram Analytics ou o próprio Google Analytics. Vale a pena!



05 CONCLUSÃO

E então, gostou de saber mais sobre o marketing de influência e os benefícios que essa estratégia pode proporcionar ao seu negócio?

Antes de investir em qualquer mecanismo, considere ainda, conversar com empresas especializadas nesse tipo de serviço, como a **Post2B!** Aproveite a leitura, entre em contato conosco e descubra como fazer sua marca se destacar no mercado!