Cómo crear una campaña a través de influencer marketing

25/05/2022

El fenómeno de los influencer vino para quedarse y cada vez se posiciona más en las redes sociales. Ser influencer es una nueva profesión que ha surgido en el mundo digital y que es considerada una gran estrategia cuando de promocionar tu marca se trata.

Los influencers construyen comunidades gigantes y realizan alianzas con diferentes marcas para promocionarlas en sus redes. Utilizar esta estrategia para tus campañas de marketing digital hará sin duda que tu negocio crezca.

En este artículo te mostraremos cómo implementarla correctamente para que no caigas en errores que pueden llevar a que tu inversión sea nula.

Comencemos por definir:

¿Qué es el influencer marketing?

El Influencer Marketing es una herramienta que consiste en pagar a determinada persona influencer para que difunda tu mensaje en algún canal social media y te recomiende ante su comunidad.

Puede ser que quieras promocionar un producto específico, alguna novedad o lanzamiento o que acompañe alguna campaña.

Las ventajas de trabajar con influencers son muchas:

- Tu marca se hará más conocida
- Llegarás a un público más amplio
- Tendrás el visto bueno de la persona influencer
- Aumentará el tráfico en tu tienda
- Elevarás tus ventas

Tipos de influencers

Existen diferentes tipos de influencers, es por ello que debes elegir el que más se adapte a las necesidades y perfil de tu marca para lograr que tu estrategia resulte.

- Macro influencers

Es aquella persona que cuenta con un gran número de seguidores en su canal de social media (entre los 250 mil y un millón)

Si decides poner el ojo en este tipo de personas, investiga a qué público se dirige y se ya ha trabajado

con marcas que corresponden a tu nicho.

- Micro influencers

Los micro influencers también cuentan con un vasto número de seguidores, pero en menor escala. Por lo general su red de seguidores es más leal y generan interacciones un poco más personales con los usuarios.

Los micro influencers suelen promocionar marcas que tienen relación con la actividad profesional que llevan a cabo y por supuesto, son menos costosos que los macro influencers.

- Celebridades

En este caso es la fama la que lleva a estas personas a ser influencers. Si bien tienen comunidades enormes es mucho más costoso trabajar con ellas.

Cómo escoger a el influencer adecuado

Elegir el influencer que representará el mensaje de tu marca determinará el éxito de la campaña.

Concéntrate en:

- Quien elijas debe estar inmiscuido en tu nicho y temáticas. Si no lo tienes claro, investiga cuáles son sus intereses y filosofía de vida.
- La audiencia o el público del influencer debe ser la misma o muy parecida a la de tu buyer persona.
- Quien escojas tiene que ser capaz de aumentar tus ventas o cumplir con los objetivos que propongas. Asegúrate de ello antes de hacer cualquier inversión.

Crea una campaña de influencer marketing

Veremos el paso a paso de cómo crear una campaña de influencer marketing y qué debes tener en cuenta para lograrlo correctamente.

- Determina un objetivo y un presupuesto.

Si bien el último fin de la campaña será aumentar las ventas, puedes plantear como base otros objetivos como por ejemplo, conseguir más seguidores, mejorar la interacción en tus redes sociales, mejorar el tráfico en tu tienda online.

Luego de plantear el objetivo, considera cuánto dinero invertirás. Esto también determinará el tipo de influencer que contratarás.

- Busca el influencer adecuado

Como ya vimos antes, existen diferentes tipos de influencers, elegirás el que más se adecue a tu presupuesto y el público de tu marca. Puedes utilizar la herramienta digital Dovetale para encontrar el influencer indicado.

- Analiza el contenido que el Influencer comunica

Una vez que tienes una selección y una idea de con quien podrías llegar a trabajar, investiga cuál es el tipo de contenido que sube y cómo se comunica con su comunidad.

Este punto es clave ya que si su forma de trabajo no está en sintonía con la de tu marca, debes descartar la selección y comenzar una nueva.

- Contáctalo

Expresa de forma clara cuál es tu propuesta y qué quieres lograr. Puedes enviarle un email o un mensaje directo solicitando un diálogo. Preséntate e indica tu forma de trabajar y la visión de tu marca.

- Creale un briefing

Cuando el Influencer confirme el trabajo y hayan llegado a un acuerdo de dónde y cómo se publicará el anuncio, explíayate en los detalles de tu campaña y de tus objetivos.

Lo más fácil es redactar un documento donde puedas explicar la acción que propones y cómo puede desarrollar el contenido para la misma. Escucha también sus propuestas.

- Analiza los resultados

Como en toda acción o campaña de marketing que emplees, en esta también deberás analizar los

resultados con el fin de corroborar si el objetivo propuesto se ha cumplido.

Revisa estadísticas y comportamientos ya sean en tus redes como en tu tienda online. Hazlo durante la campaña y en su final.

Esperamos que este artículo te ayude a encontrar tu influencer ideal y si aún no lo has intentado, te recomendamos que organices tu estrategia y pongas mano a la obra.

¡Te deseamos buenas ventas!