

# Caso de éxito Influencity: **sector gran consumo**



*# Influencity*

# Índice

## Caso de éxito Influency: sector gran consumo

<b>1. Introducción: visión global del sector y su relación con los influencers</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Sobre las campañas realizadas</b> .....	<b>5</b>
Campaña 1 .....	<b>5</b>
- Punto de partida .....	<b>5</b>
- Objetivos .....	<b>5</b>
- Desarrollo .....	<b>6</b>
- Resultados .....	<b>7</b>
Campaña 2 .....	<b>8</b>
- Punto de partida .....	<b>8</b>
- Objetivos .....	<b>8</b>
- Desarrollo .....	<b>9</b>
- Resultados .....	<b>11</b>
<b>3. Resultados de trabajar con influencers en el sector gran consumo</b> .....	<b>12</b>
Ventajas de trabajar con influencers en el sector gran consumo .....	<b>12</b>
<b>4. Por qué con Influency</b> .....	<b>14</b>

# 1. Introducción: visión global del sector y su relación con los influencers

¿Cuál es el propósito de este ebook? Dar a conocer la experiencia de dos empresas del sector gran consumo, en concreto **dos marcas de cerveza**, que acudieron a Influencity para realizar sus campañas con influencers de manera controlada, medida y exitosa!

## Qué necesidades tenían estas empresas

La necesidad principal de estas empresas era **realizar una campaña de influencers con éxito, de una manera rápida y segura**. Su particularidad era que debían activar muchos influencers al mismo tiempo y para ello necesitaban las garantías y seguridad de trabajar con una herramienta de monitorización como la nuestra, que les afirmara que la campaña iba a salir adelante. Ambas acciones, como veremos, consiguieron sus propósitos principales y movilizaron a su público objetivo, cumpliendo tiempos y métricas iniciales.



## ¿Por qué decidieron hacer estas marcas una campaña con influencers y no una acción de otro tipo?

Porque **su objetivo era realizar una "llamada a la acción"**, y el Influencer Marketing sirve precisamente para esto, para motivar a los usuarios a realizar una acción. Los seguidores de los influencers están acostumbrados, además de comentar o darle al "like", a premiar la influencia de alguien, agradecerle de algún modo lo que hacen. ¿Cómo se produce entonces ese agradecimiento? Haciendo alguna cosa, como valorar el podcast del influencer, dejarle algún comentario positivo, acudir a una tienda que haya recomendado o a una firma de libros para conocerle, etc.

El público de los influencers no es inmóvil, todo lo contrario, por lo que **cuan- do se busca que la gente se movilice, el Influencer Marketing resulta muy útil**. Por otro lado, las campañas trataban de "generar tendencia", algo que los influencers hacen continuamente.

## Relación del Influencer Marketing con el sector gran consumo y cerveza

**El Influencer Marketing está muy aceptado en el sector del gran consumo**. En estos casos, en concreto, cabe destacar que las bebidas alcohólicas, incluida la cerveza, tienen más limitado que otras marcas el tipo de soportes que pueden emplear - tal como se indica en la Ley General de la Comunicación Audiovisual y la Ley General de Publicidad. **Gracias al Influencer Marketing estos productos han encontrado una gran oportunidad** para ampliar su alcance.

*¿Quieres saber más sobre cómo se desarrollaron estas campañas? **iSigue leyendo!***

## 2. Sobre las campañas realizadas

### Campaña 1

#### *Punto de partida*

Una **empresa de cerveza andaluza, famosa a nivel mundial** con más de 125 años de trayectoria y perteneciente a un grupo cervecero pionero en España, decidió realizar una singular campaña de Influencer Marketing a través de **Instagram**, contando para ello con el apoyo de Influencity.

La campaña, **dirigida a mujeres y hombres españoles mayores de 18 años** y con afición por la cerveza, tuvo una duración de tres meses. Durante ese período, **cerca de 70 influencers** compartieron contenido sobre la marca con un tono cercano, natural y divertido.

#### *Objetivos*

El objetivo principal de esta acción con influencers era **obtener visibilidad y posicionamiento** de marca, así como transmitir esa imagen cercana, natural y divertida de la misma, entre el público mayor de 18 años e interesado por la cerveza.

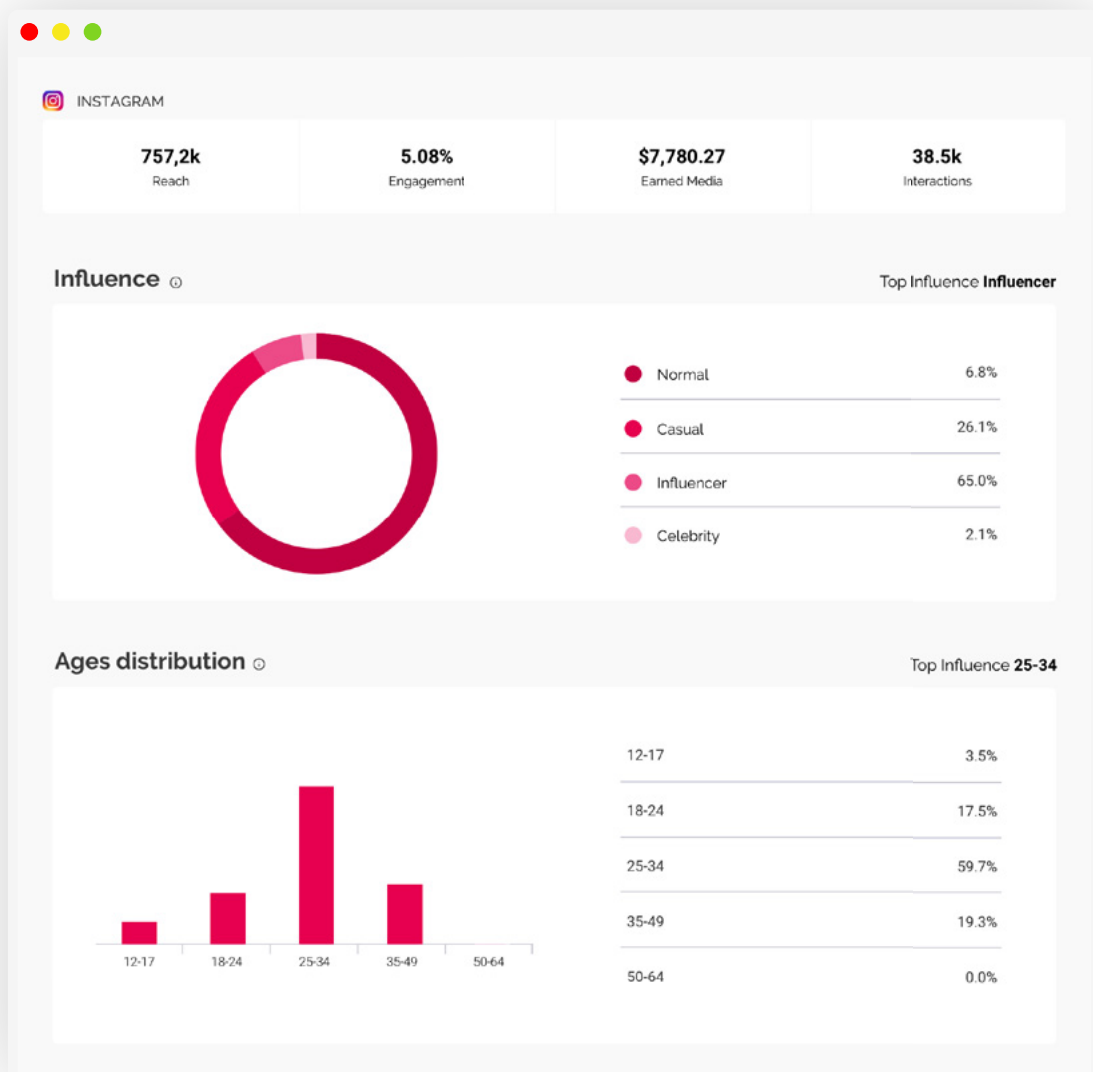
Para cumplir este objetivo, la campaña contó en todo momento con el servicio premium de Influencity, incluyendo los servicios de:

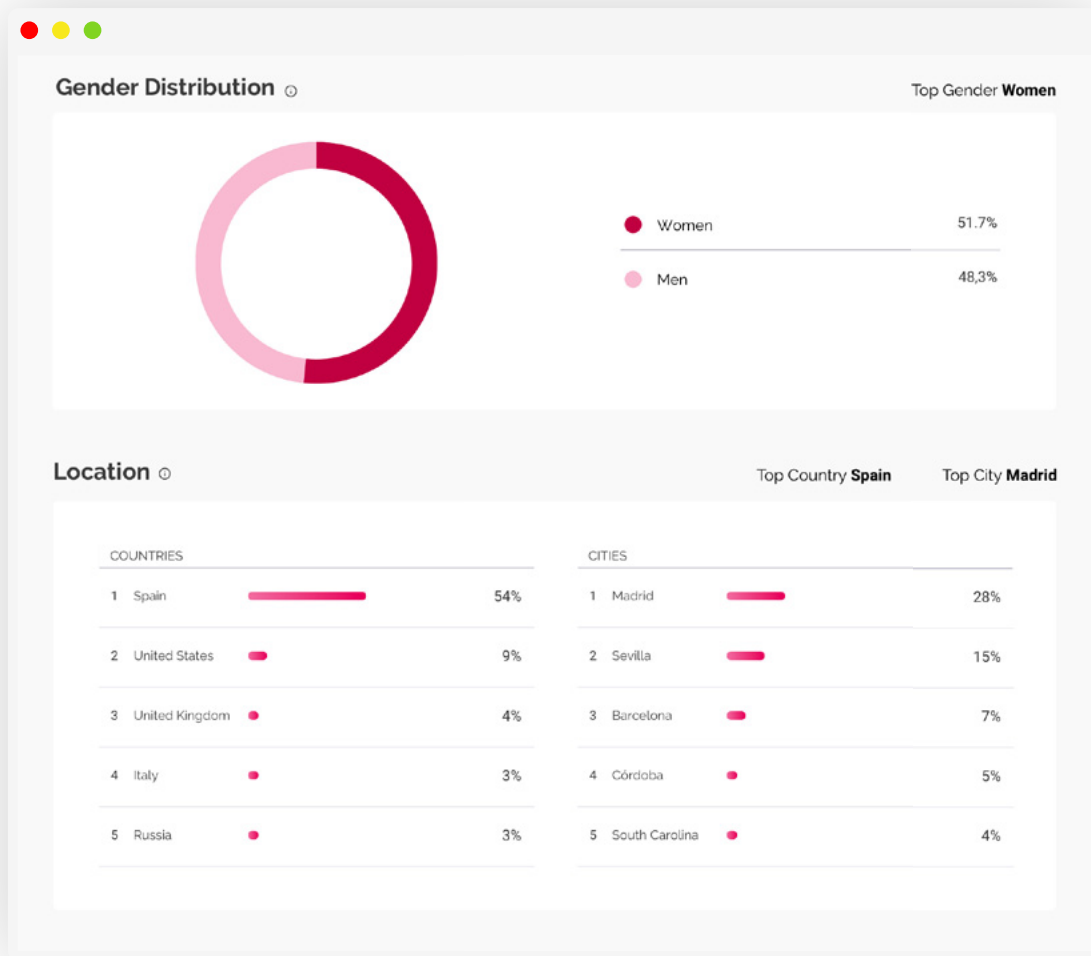
- Asignación recurso especialista interno
- Creación de campaña Ad hoc
- Selección y contacto con influencers
- Adaptación de la campaña
- Programación de las acciones
- Informe y acceso a las métricas en tiempo real del software de Influencity

## Desarrollo

Durante los **tres meses** de duración de la campaña, el desarrollo de las acciones fue:

- **Búsqueda y selección de influencers:** perfiles de varias ciudades y edades, foodies y guías locales, todos ellos con comunidades de entre 1.000 y 60K en Instagram.
- Los influencers seleccionados realizaron las siguientes **acciones:**
  - **Publicación de una imagen en su perfil de Instagram** en la que apareciesen ellos tomando una cerveza de esta marca en un bar determinado, o un bodegón de la cerveza y dicho local de fondo.
  - Todas las publicaciones debían incluir el correspondiente hashtag y mención a la marca.





## Resultados



La campaña de Influencer Marketing realizada junto a esta importante empresa del sector cervecero **alcanzó de forma potencial a 15.700 personas al día**, un total de 756.216 al final de la acción.



Los contenidos generaron un **5,08% de engagement**, plasmado en las más de 38.500 interacciones del público con el contenido publicado - en total, 72 posts de la campaña.

Respecto al público impactado, el perfil mayoritario se encontraba en la franja de **entre 25 y 34 años**. El género con mayor alcance fue el femenino (con un 51,7% del total), siendo la ciudad principal Madrid.

## Campaña 2

### *Punto de partida*

Una **entidad representante del sector cervecero** y cuya misión es reforzar la presencia y el prestigio del sector cervecero español tanto a nivel nacional como internacional, puso en marcha una campaña de **Influencer Marketing a través de Instagram**, contando para ello con el apoyo de su agencia de publicidad habitual e Influency.

La campaña, dirigida a **mujeres y hombres españoles de entre 18 y 25 años**, tuvo una duración de treinta días. Durante ese período, 10 influencers compartieron contenido en forma de vídeo sobre los correctos usos de la cerveza.

### *Objetivos*

El objetivo principal de esta campaña con influencers era **dar a conocer el correcto uso de este producto** entre el público objetivo, recordemos, jóvenes de entre 18 y 25 años y adquirir notoriedad.

Para cumplir este objetivo, la campaña contó permanentemente con el **servicio premium de Influency**, que incluyó además de todo el soporte para el uso del software, de los siguientes servicios:

- Asignación recurso especialista interno
- Creación de campaña Ad hoc
- Selección y contacto con influencers
- Adaptación de la campaña
- Programación y timing de las acciones



- Seguimiento y acompañamiento de las acciones online
- Métricas previas y de resumen de campaña

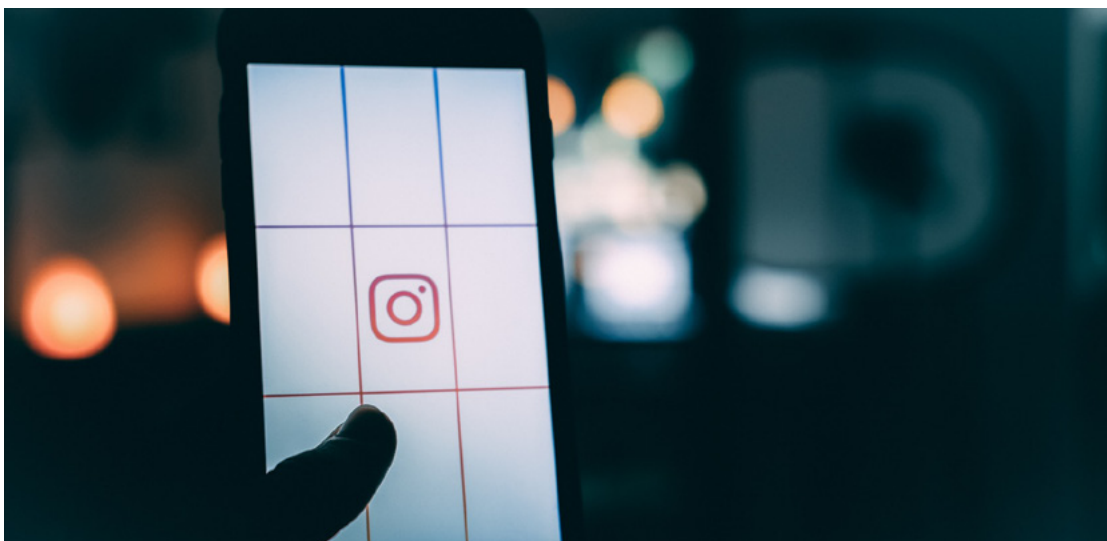
### Desarrollo

Durante los **treinta días** de duración de la campaña, el desarrollo de las acciones fue:

- **Búsqueda y selección de influencers:** perfiles con una audiencia clave: el público objetivo del producto. Comunidades medias con buen engagement. Entre 30k y 50k seguidores.
- Los diez influencers seleccionados realizaron las siguientes **acciones:**
  - Publicación de una **representación de uno de los diez errores más frecuentes a la hora de tomar cerveza.**
  - La acción se fue de manera fresca y que **incitaba la acción**, para que la propia audiencia continuase con esta campaña.
  - La forma de transmitirlo este mensaje fue mediante pequeños **vídeos de unos 30 segundos** con un tono humorístico.

Los mensajes transmitidos con esta campaña fueron:

- Cómo tomar bien la cerveza
- Beneficios de la cerveza



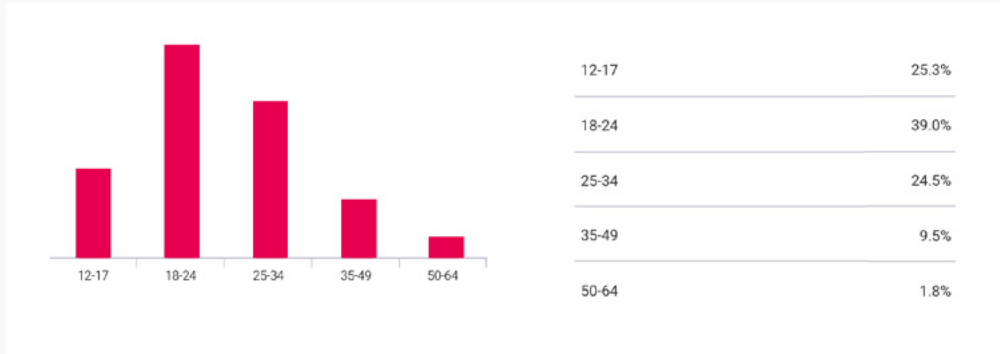


### Main KPI's

<b>1.7M</b> Reach	<b>99%</b> Engagement	<b>\$325,105.21</b> Earned Media	<b>1.7M</b> Interactions
----------------------	--------------------------	-------------------------------------	-----------------------------

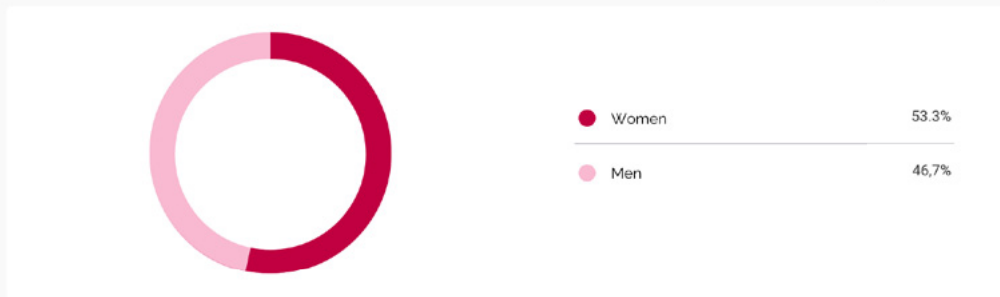
### Ages distribution ⊙

Top Influence **18-24**



### Gender Distribution ⊙

Top Gender **Women**



### Location ⊙

Top Country **Spain**

Top City **Madrid**

COUNTRIES			CITIES		
1	Spain	82%	1	Madrid	28%
2	United States	4%	2	Barcelona	23%
3	Argentina	1%	3	Granada	4%
4	Mexico	1%	4	Valencia	2%
5	Brazil	0%	5	Alicante	2%



## Resultados



En esta campaña, el objetivo de branding fue superado con éxito, gracias a las más de **1.7M de personas alcanzadas**. Con **1.7 M de Interacciones**, quedó plasmado cómo la audiencia interactuó con el contenido y que este le resultó interesante.

El **Earned Media fue de \$325,105'21**. Se impactó de lleno en España en la ciudad de Madrid, en personas de 18-24 años, de forma muy equitativa entre hombres y mujeres, alcanzando completamente al público objetivo marcado.

## *EL EARNED MEDIA OBTENIDO FUE DE \$325.105'21*

Se alcanzó de forma potencial a más de 42.000 personas al día, un total de 1.734.912 M de personas al final de la campaña.

Los contenidos generaron un espectacular **99% de engagement**, es decir, casi la totalidad de la audiencia potencial de los influencers interactuó con el contenido. Gracias al más de 1.5M de visualizaciones en los vídeos, la audiencia superó los **1.500 comentarios**. Una respuesta tan grande de la audiencia consiguió que la campaña crease conversación.



### 3. Resultados de trabajar con influencers en el sector gran consumo

Como hemos podido comprobar, **trabajar con influencers en el sector gran consumo es una óptima opción para las marcas**, que pueden ver claramente cómo su imagen de marca se ve reforzada entre el público objetivo al que deseen apuntar, así como adquirir notoriedad en su sector y conseguir engagement gracias a estas personas influyentes.

**Ambos clientes consiguieron cumplir sus objetivos** y llegar a su público de una manera cercana y no intrusiva, generando confianza entre su target principal y obteniendo muy buenos resultados:

	Red social	Alcance	Interacciones	Engagement	Posts
Cliente 1	<b>Instagram</b>	<b>757,2K</b>	<b>38,5K</b>	<b>5,08%</b>	<b>72</b>
Cliente 2	<b>Instagram</b>	<b>1,7M</b>	<b>1,7M</b>	<b>99%</b>	<b>10</b>

#### Ventajas de trabajar con influencers en el sector gran consumo

Las ventajas y beneficios de realizar campañas de Influencer Marketing en el sector gran consumo así como en otros sectores, son muchos, pero estos pueden resumirse en:

- **Visibilidad:** los influencers tienen miles de seguidores para los cuales se convierten, en muchas ocasiones, en un modelo a seguir. Que un influencer sea embajador de una marca significa que esta va a ser vista por muchos de sus seguidores, que tendrán más oportunidades de sentirse identificados con ella ya que también lo hacen con esa persona.

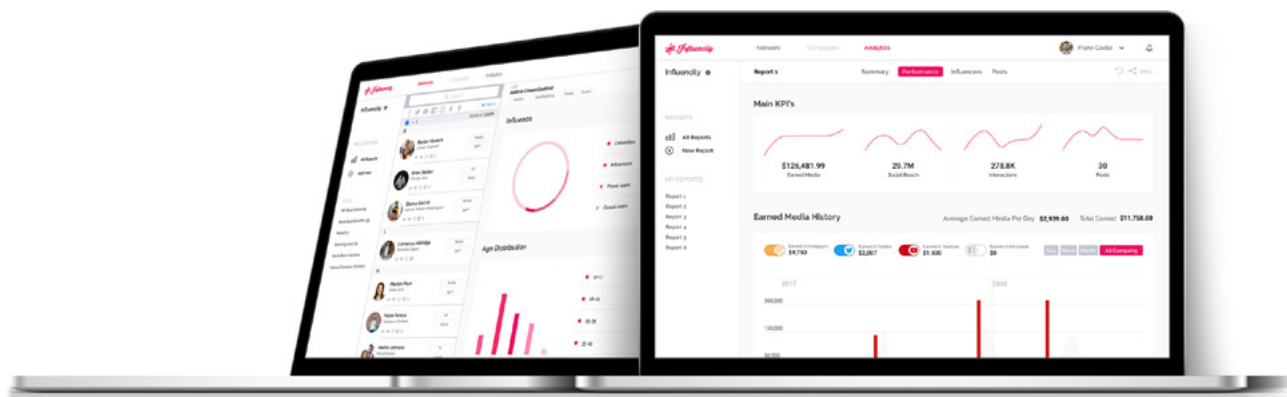
- **Publicidad nativa:** el Influencer Marketing es una oportunidad para llegar a nuestro público con contenido natural y publicidad no invasiva.
- **Posicionamiento de marca:** cuando un influencer habla bien de nuestra marca no solo está validando la calidad de nuestros productos y servicios, sino que nos permite acercarnos a nuestros seguidores y fidelizarlos.
- **Mayor retorno de la inversión:** tal como apunta la revista Puro Marketing y de acuerdo con Dedicated Media, la intención de compra expresada por los usuarios es un 36% más alta cuando se trata de publicidad nativa, algo que se maximiza con el Influencer Marketing.
- **Mejoras en el SEO:** las acciones con influencers son constantemente comentadas, citadas y compartidas por otros usuarios online. Esto revierte de forma positiva en el posicionamiento SEO y en el tráfico web.
- **Seguidores y engagement en redes sociales:** una de las ventajas directas de este tipo de campañas, donde las reacciones de los usuarios a las publicaciones es mucho mayor que en otros tipos de campañas sociales.
- **Reputación:** si acertamos con influencers de buena reputación, parte de la confianza que estos transmiten irá también hacia nuestra marca. Esto no sólo refuerza nuestro branding, sino que empuja nuestra estrategia y nos ayuda a aumentar nuestra comunidad e, incluso, a llegar a nuevos nichos.

## ¿Quieres conseguir todas las ventajas del Influencer Marketing?

Contacta con nosotros y te ayudaremos a crear tu propia campaña.

[CONTACTAR](#)

## 4. Por qué con Influencity



Al igual que ocurre con el resto de campañas de marketing, **si una acción con influencers no se mide no se puede mejorar**, ni valorar su funcionamiento. En este punto, es muy importante saber lo que se puede medir en el Influencer Marketing. El software de Influencity, además de las métricas finales, permite **medir en tiempo real durante la campaña** y reaccionar a tiempo sobre la misma, por ejemplo, para decidir si se añaden influencers, se hace Paid Media, se refuerza desde las redes sociales de la marca...

De este modo, se dispone de un cuadro de mandos para lo que la empresa necesite, y tendrá acceso a la información en todo momento:

- **La campaña comienza con la correcta selección de los influencers.** Para eso el Network es fundamental, ya que nos permite saber qué audiencia y a quién llega un influencer en concreto, para decidir si contratarle o no. Incluso negociar con él el precio de contratación. Es una herramienta clara de poder.
- Una vez decidido esto y con la campaña en marcha, **necesitamos medir las acciones**, y tenerlo todo en un único panel es muy cómodo.

**Además, Influencity no sólo es el software “todo en uno” para gestionar las campañas con influencers,** sino que acompaña a sus clientes en este tipo de acciones de principio a fin:

- **Se parte de un brief** de la campaña
- **El software ayuda a seleccionar a los influencers** que participarán gracias a que muestra todas sus métricas
- **Los influencers comienzan a publicar**
- La herramienta hace un **seguimiento de las publicaciones**
- Al terminar la campaña se entregan las **métricas finales y las conclusiones extraídas de la herramienta**

Ahora que ya sabes cómo ayudamos a nuestros clientes y los resultados que puedes obtener con Influencity, puedes probar tú mismo nuestro software. ¿Cómo? ¡Muy sencillo! [\*\*Solicita una demo gratuita.\*\*](#)

¿Quieres éxito en tu campaña de Influencer Marketing?

¡Ponte en contacto con nosotros y te ayudaremos a cumplir tus objetivos!

**CONTACTAR**



*# Influencity*

