

# ¿Qué es un influencer?<sup>1</sup>



Un influencer es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para una marca.

---

<sup>1</sup> <https://www.40defiebre.com/que-es/influencer>

## **¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LOS INFLUENCERS?**

Es tan sencillo como preguntarse: ¿qué comprarías antes, un champú que has visto anunciado en la parada del bus o un champú que te ha recomendado tu peluquero de toda la vida?

La credibilidad de la segunda opción es mucho mayor que la primera. Sabes que tu peluquero entiende de cuidado capilar, que ha probado el producto, que le ha gustado y confías en él lo suficiente como para saber que no te recomendaría algo que fuera nocivo para ti. Esto es una de las claves para conectar con una audiencia, tener legitimidad para hablar de un producto o servicio.

Una referencia positiva hacia un producto o servicio por parte de una persona aparentemente desinteresada, puede suponer esa motivación definitiva que a un cliente potencial le falta para la compra. Si a eso le añadimos el alcance online que puede llegar a tener la recomendación de un influencer, damos con un recurso de éxito prácticamente asegurado.

## ¿Cómo elegir a un influencer?

Debemos tener en cuenta que no todos los influencers encajan con nuestra marca o con nuestra estrategia digital. Por eso, debemos saber identificar aquellos que por sus valores, estilo, tono y personalidad se asemejen más a nuestra marca.

Había un tiempo en el que todo valía. Hoy, sin embargo, la clave está en asegurar que hay un *match* claro entre influencer y marca. Además, obviamente, en función de nuestros objetivos y presupuesto (aunque no todo se paga) elegiremos a unos influencers u otros.

El research es fundamental en una campaña con influenciadores. No debemos dar las cosas por hecho. Ni siquiera si el influencer sabe hacer «copy+paste». Investiga bien cómo aprovechar las aptitudes del influencer para evitar que pidamos cosas que no cuadren con su forma de comunicar. Por ejemplo, si comunica genial haciendo ilustración, no pidamos vídeos a cámara.

**Elegir bien un influencer. Debemos tener en cuenta estas premisas:**

1. Su capacidad de generar opiniones y reacciones en otros usuarios cuando habla sobre una temática en concreto. Si algo les caracteriza es su capacidad de generar conversación en torno a un tema o marca, debemos saber aprovechar este aspecto. Analiza por tanto la tasa

de interacción con su audiencia con alguna herramienta o bien a mano sacando un listado de los últimos 30 contenidos y haz tú los cálculos. No es *rocket science* ;-)

2. El potencial de audiencia de un influencer sobre una temática determinada. Los seguidores de los influenciadores son más valiosos por su calidad que por su cantidad. ¡No lo olvides!
3. El nivel de participación en la conversación sobre el tema en cuestión. La implicación del influencer en la acción es fundamental para garantizar su éxito
4. ¿Está publicando todos los días contenido patrocinado? No te interesa unirte a personalidades muy promocioneras. Lo importante de un influencer es su vínculo con la audiencia. Busca los perfiles que más consigan de forma orgánica.
5. Ojo con la tasa de participación. Olvida que los fans son lo más importante. La clave obviamente es que tenga audiencia suficiente pero ten en cuenta que si tiene 50000 fans y 300 interacciones por post de media, el alcance que estarás pagando será demasiado alto. El trabajo será más difícil pero dedica tiempo a buscar aquellos perfiles que realmente conectan con su audiencia.

## Tipos de Influencers

