

Libro Nro. 1 de
“Ya es Hora que
Creas en ti y
entiendas tu
Crecimiento
Personal”

Somos
INFLUENCERS

en Crecimiento Personal

Julio de 2020

El crecimiento personal es la capacidad que tenemos las personas para aprender de nosotr@s mism@s, dejando nuestra puerta abierta a nuevas experiencias aunque resulten un desafío es lo que hace referencia al desarrollo humano.

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 un tema en especial.

Página de Facebook – Todo por nuestro bien

Grupo de Facebook – Somos Influencers en Crecimiento Personal

e-mail –

fernandoalvarezcal@hotmail.com

Málaga – España

¿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.

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.

Para elegir bien un influencer debemos tener en cuenta estas premisas:

*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.

**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!

***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

****¿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.

Cada vez toman más fuerza los influencers a la hora de planificar una estrategia de marketing digital:

¿Son esenciales?

¿Cómo debemos trabajar con ellos?

Cada vez confiamos más en la opinión de un amigo, de un conocido o de una persona que entiende sobre la materia y que tiene cierta experiencia en ella.

Por eso, involucrar a personas influyentes en el mundo online, es ahora una táctica de marketing clave para ampliar el alcance de una campaña.

Agencias y marcas quieren trabajar con personas influyentes en redes sociales para desarrollar sus estrategias de Marketing.

Los influencers nos proporcionan frescura, (*cosa que a las marcas muchas veces les falta*), son constantes, saben dialogar con su audiencia, son activos en redes sociales y gracias a esto, se han ganado reputación y confianza entre sus seguidores, dando valor a lo que dicen y creando historias que ayudan a conectar con el usuario, al fin y al cabo, es lo que realmente interesa.

¿Qué debemos tener realmente en cuenta a la hora de elegir a un influencer en nuestra campaña?:

Su **capacidad de movilizar las opiniones** y de crear reacciones en otros usuarios cuando se habla de una temática en concreto.

El **potencial de audiencia** de un influencer sobre una temática determinada

El **nivel de participación en la conversación** sobre una temática específica

¿Cómo podemos localizar a los influencers que necesitamos?

Lo primero que hay que tener en cuenta, es que **no todos los influencers encajan con nuestra marca** y por ende, con nuestra estrategia online.

Por eso, es necesario empezar a identificar a aquellos que se asemejen a nuestros valores y a los objetivos que queremos conseguir.

Una vez hayamos seleccionado a nuestros influencers, el siguiente paso, es contactar con ellos.

Es importante **hacerles sentir especiales**, comunicarles lo que tu marca puede aportarles y de qué manera ayudarán ellos a la marca.

Sé siempre transparente y no intentes venderles el obelisco.

Ten en cuenta que si tu campaña funciona, va a ser gracias a que este influencer va a aportar valor, ilusión y cariño al proyecto, por eso, no le agobies, ni le presiones.

Explícale siempre toda la campaña sin imponerle nada, deja que exprese sus ideas y opiniones y deja que sea él mismo.

¿Para qué podemos utilizar a influencers?

Para el **lanzamiento de un producto o servicio**. Dará ese impulso a una nueva marca, siendo él la principal pata de la estrategia para darlo a conocer todo.

En el **lanzamiento de una nueva marca**. ¿Quieres que tu marca tenga una imagen fresca y diferente? Un buen influencer te puede ayudar a conseguirlo.

Para **promocionar una determinada acción de una marca**. Para cuestiones puntuales en las cuales necesitamos darle un pequeño impulso a una campaña.

En eventos. Son perfectos para dar a conocer un evento y ser parte de él.

Los tres puntos más importantes en las campañas con influencers:

Generar conversación, crear contenido original y conseguir engagement con la comunidad

Tenemos un Proyecto Social para el Crecimiento Personal, para el Crecimiento del Desarrollo Humano

Impulsaremos una campaña con el objetivo de impulsar y fomentar la atención hacia los valores y el apoyo mutuo para generar soluciones auténticas y beneficiosas para las personas.