

25 SEPTIEMBRE 2018

I Estudio Global Microinfluencers

I'm an **influencer...**
And you are not.

SOCIALPUBLI
.COM

Colaboran:



<ISDI>

¿Por qué un estudio de microinfluencers?

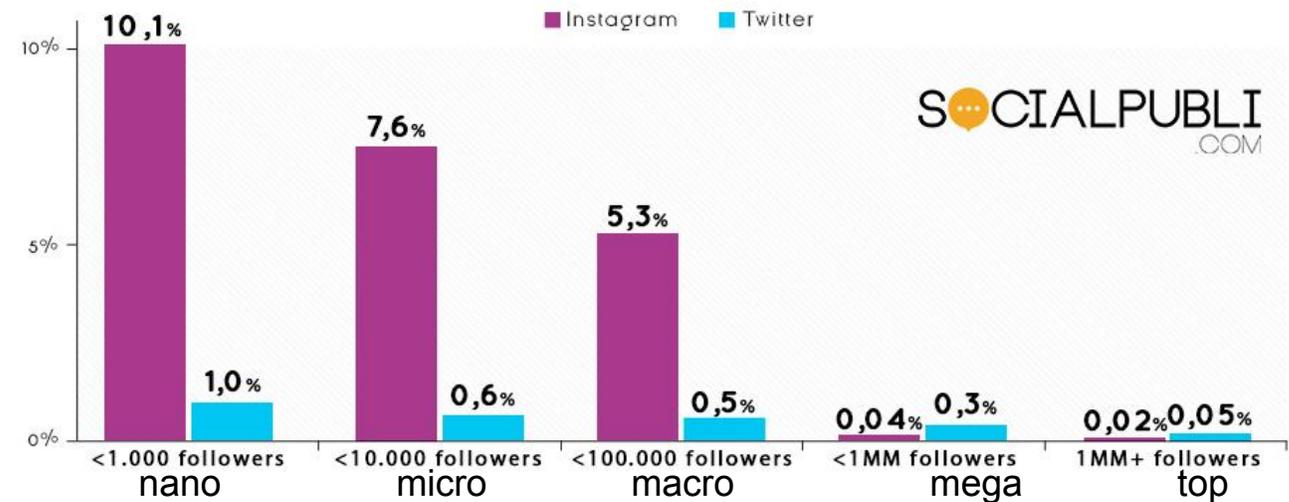
SOCIALPUBLI
.COM



¿Por qué un estudio de microinfluencers?

Porque los últimos estudios han demostrado que las tasas de engagement entre **micro y macro influencers son mayores que las de mega, top y celebrities.**

ENGAGEMENT RATE PROMEDIO en Instagram y Twitter en 2018



Elaboración propia con datos extraídos de nuestra base de datos de 100.000 influencers. La tasa de engagement rate se calcula teniendo en cuenta la suma de interacciones divididas del número de seguidores, de las 3 últimas campañas participadas.



¿Por qué un estudio de microinfluencers?



Porque las acciones de micro y macro influencers **son más efectivas** a nivel de engagement y mucho **más creíbles, auténticas y económicas**.





I Estudio Global de Microinfluencers

METODOLOGÍA



Metodología

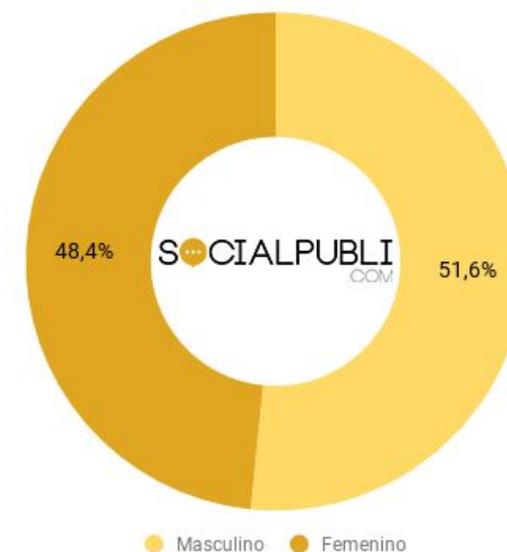
1.000 encuestas respondidas por correo electrónico a microinfluencers registrados en SocialPubli.com y que han participado en más de 3 campañas.

Se han ponderado las participaciones por sexo, por lo que se obtuvo una muestra equilibrada.

Se han seleccionado distintos grupos de edad, en función del total de registros en la plataforma, por lo que la muestra de esta encuesta incluye los siguientes grupos de edad, ajustados a la generación X, Y, Z.

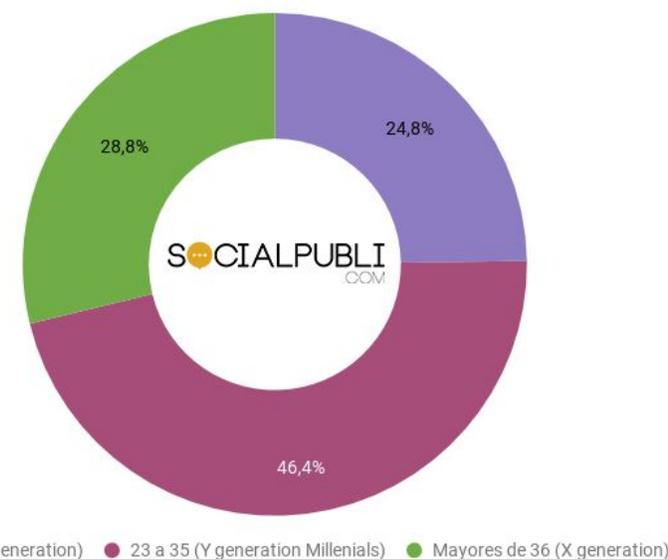
Sexo encuestados

© SocialPubli.com



Edad encuestados

© Socialpubli.com



Metodología

La muestra encuestada es global, pues corresponde a respuestas de influencers de países donde está presente la plataforma. La mayoría proviene de España, pero también de USA, México, Colombia, Perú y otros países de LATAM.

PAÍSES MÁS REPRESENTADOS

	España	51 %
	México	7 %
	Colombia	5 %
	Venezuela	4 %
	USA	4 %



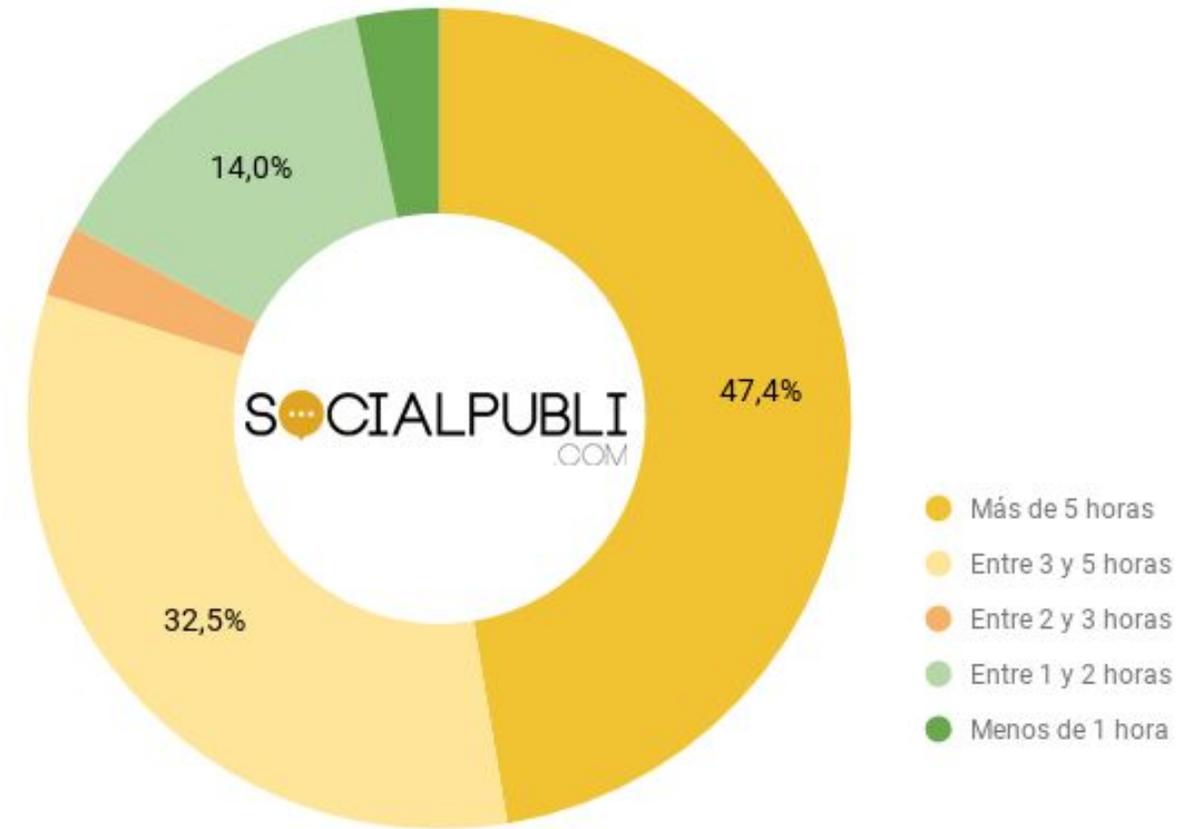
I Estudio Global de Microinfluencers

#TodosSomosInfluencers



Tiempo diario conectados a Redes Sociales

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Cuántas horas al día te pasas conectad@ a las redes sociales?

Base: 956

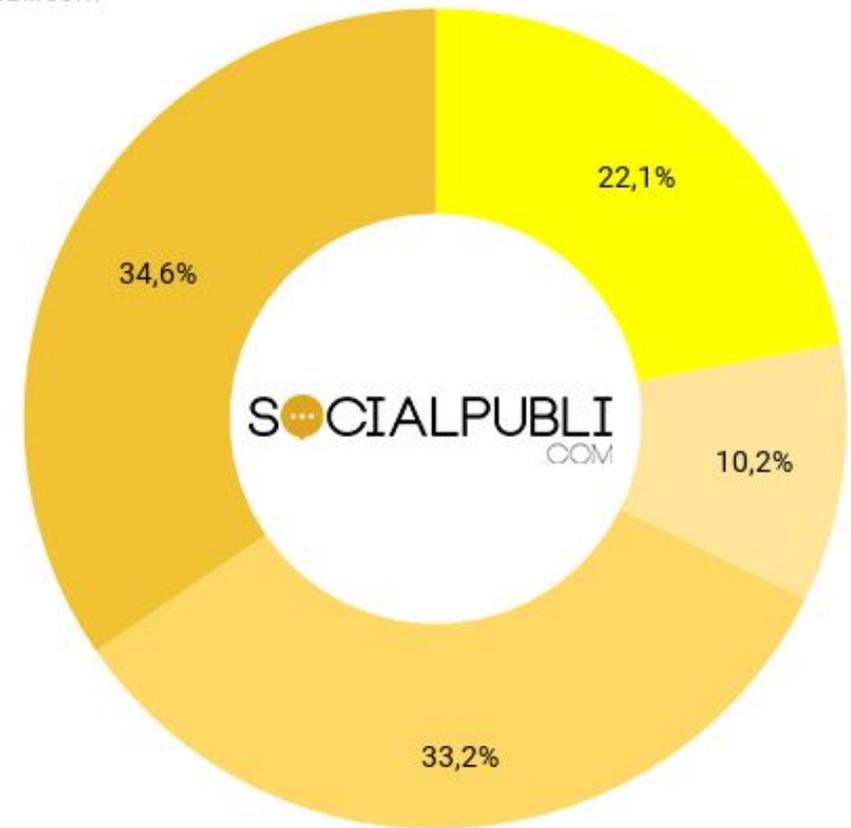


I Estudio Global de Microinfluencers



En qué momento del día se conectan a las RRSS

© Socialpubli.com



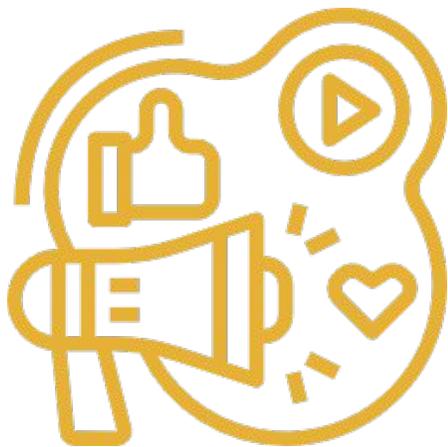
● Mañana ● Mediodía ● Tarde ● Noche

Pregunta: ¿Cuál es tu momento del día favorito para entrar en las redes?

Base: 956

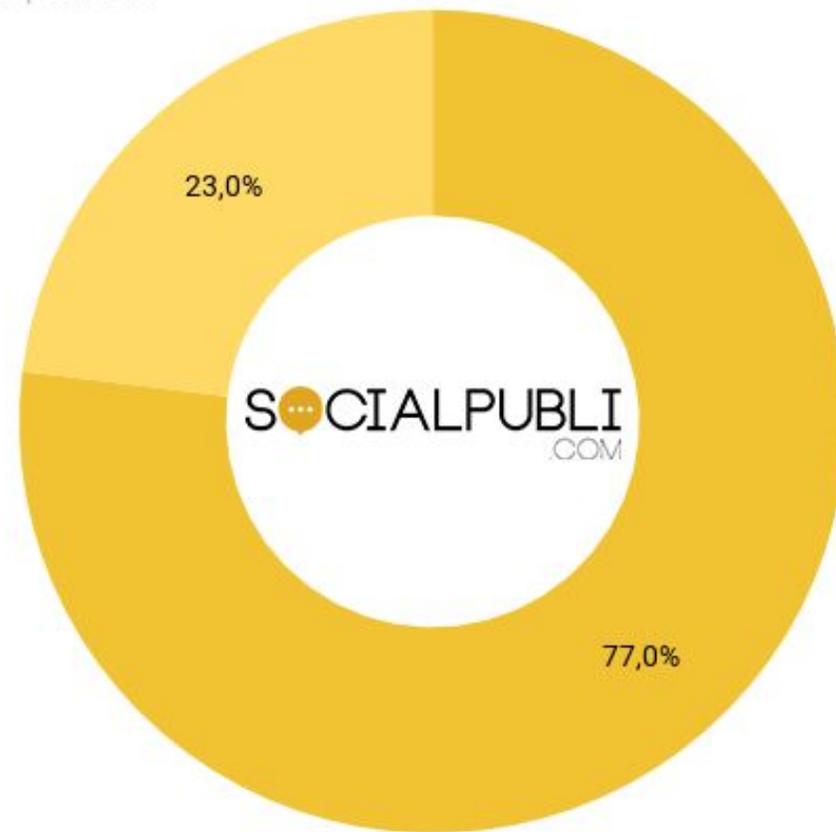


I Estudio Global de Microinfluencers



Frecuencia de publicación en RRSS

© Socialpubli.com



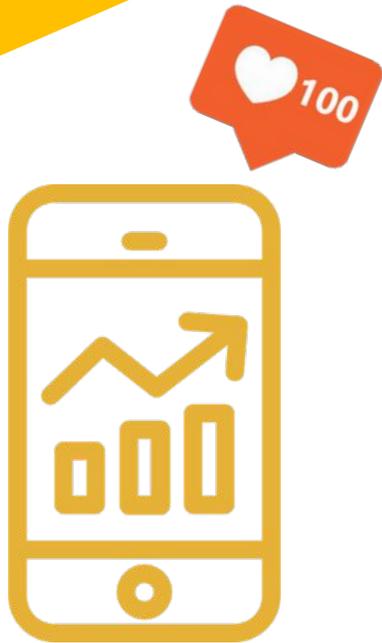
● A diario ● Semanalmente

Pregunta: ¿Con qué frecuencia publicas contenido en las redes sociales?

Base: 956

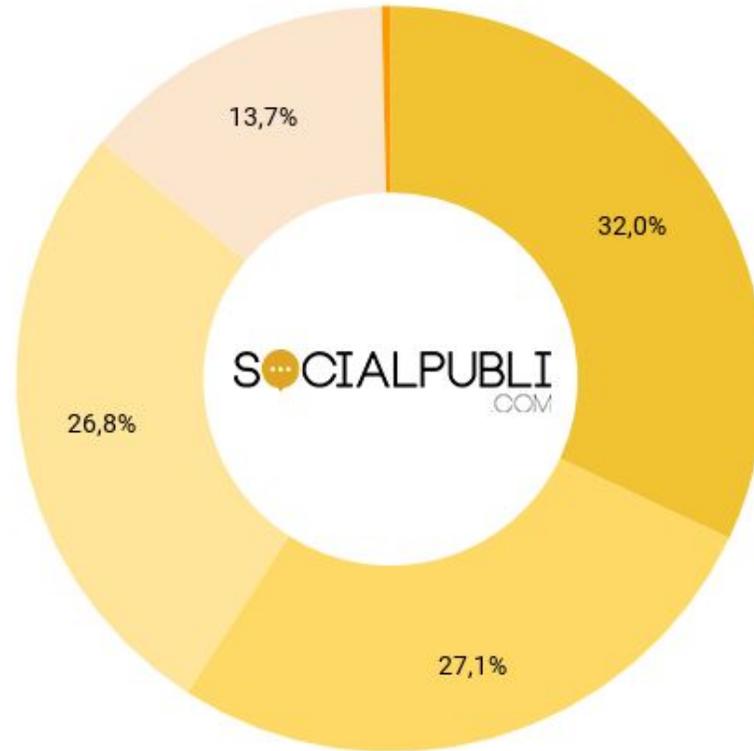


I Estudio Global de Microinfluencers



Factores más importantes para mantener el engagement

© Socialpubli.com



- Soy yo mismo sin artificios
- Interactuar con los seguidores
- Compartir contenido de calidad de acuerdo a los intereses de la comunidad
- Publicar contenido por lo menos una vez al día
- Otro

Pregunta: ¿Qué dos factores son los más importantes para mantener el engagement de tus seguidores?

Base: 980

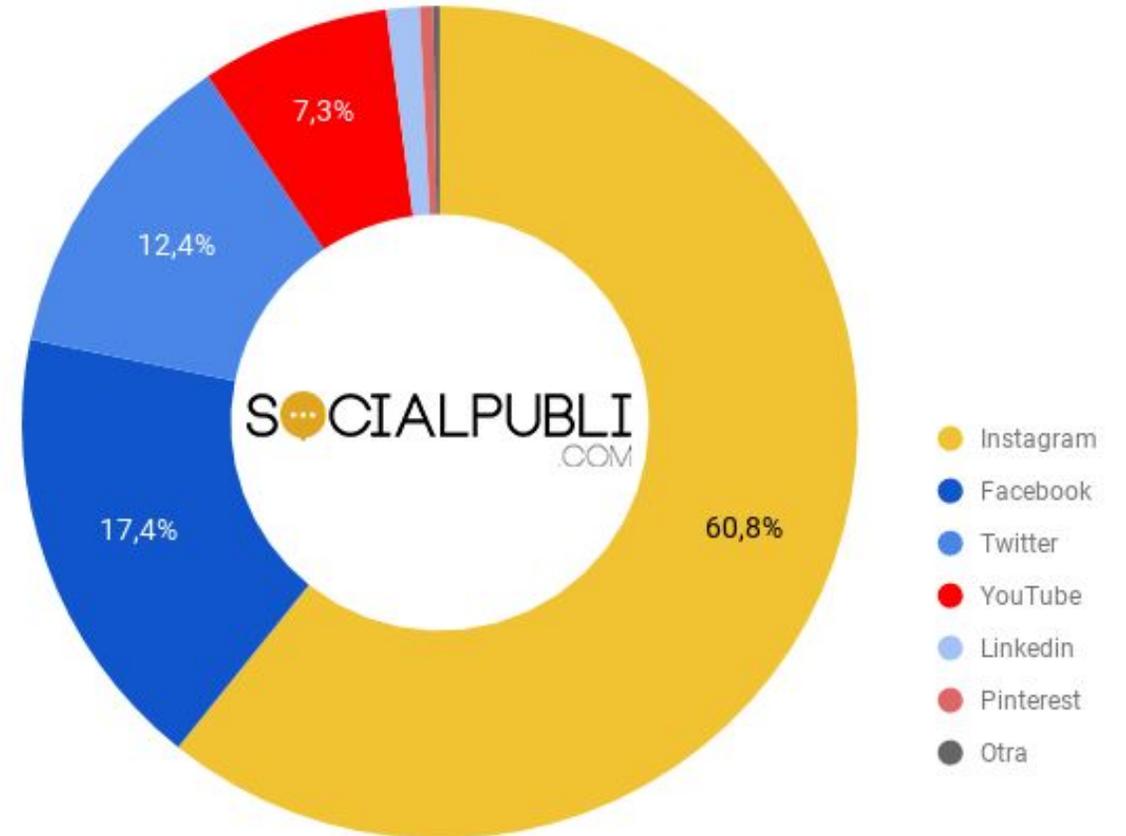


I Estudio Global de Microinfluencers



Red social preferida como influencer

© Socialpubli.com

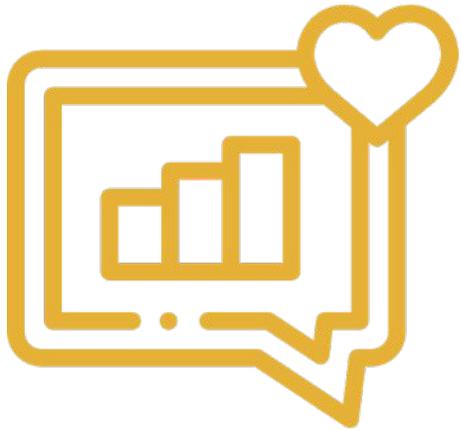


Pregunta: ¿Qué red social prefieres como influencer?

Base: 980

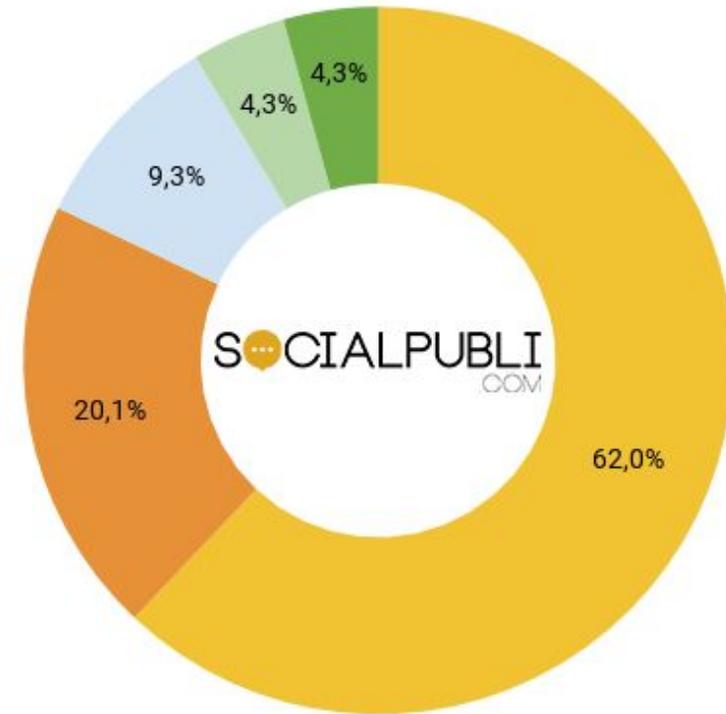


I Estudio Global de Microinfluencers



Porcentaje de ingresos como influencer de su total

© Socialpubli.com



● Menos del 10% ● Del 10 al 25% ● Del 25 al 50% ● Del 50 al 75% ● Más del 75%

Pregunta: ¿Qué porcentaje de tus ingresos anuales recibes como influencer?

Base: 980

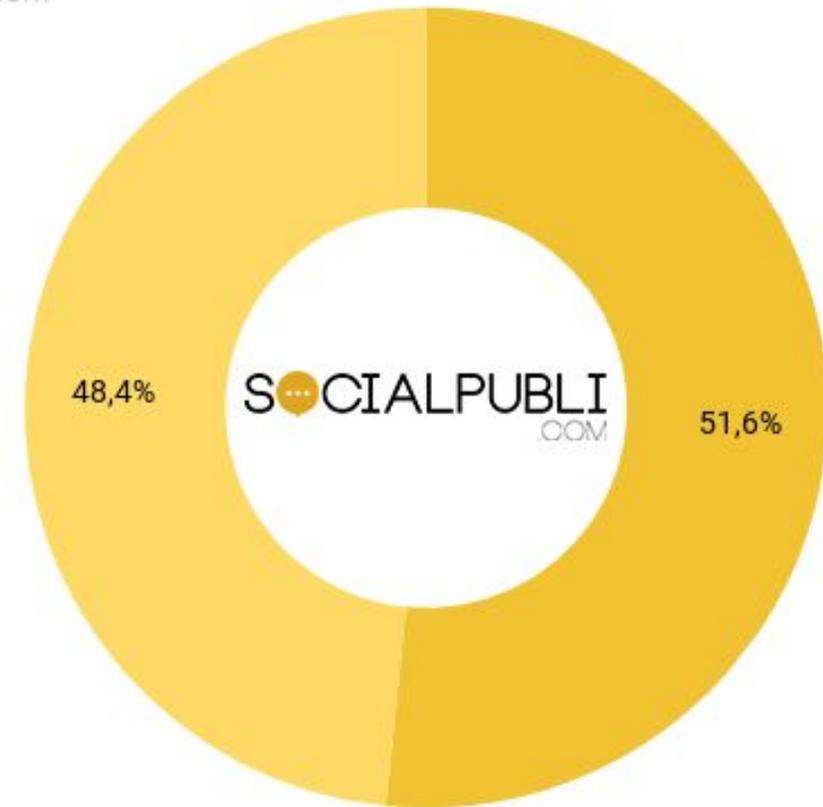


I Estudio Global de Microinfluencers



Meta profesional como influencers

© Socialpubli.com



● Dedicarme a ello por completo ● Un complemento además de mi trabajo

Pregunta: ¿Cuál es tu meta profesional en el trabajo de influencer?

Base: 841

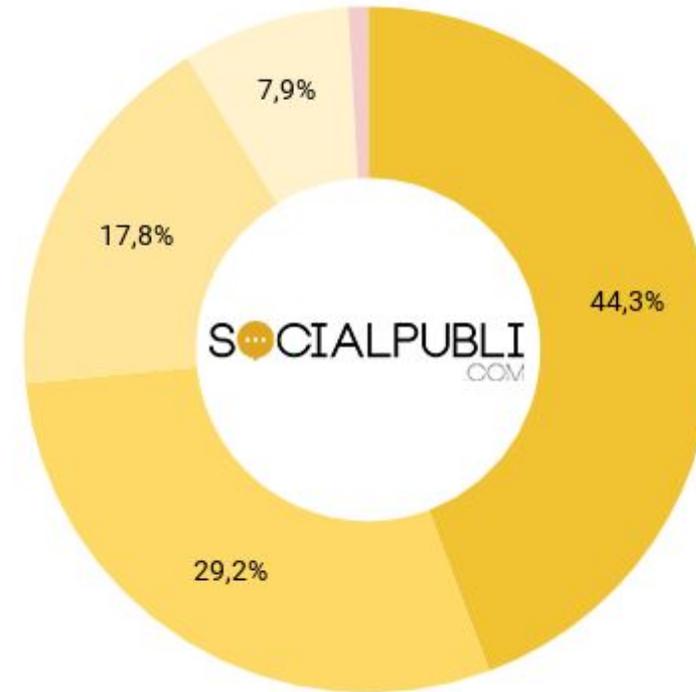


I Estudio Global de Microinfluencers



Remuneración preferida por el influencer

© Socialpubli.com



● Económica ● Un producto / experiencia de la marca ● Invitación a eventos de la marca ● Programas de afiliación ● Otro

Pregunta: ¿Qué tipo de remuneración prefieres recibir de una marca?

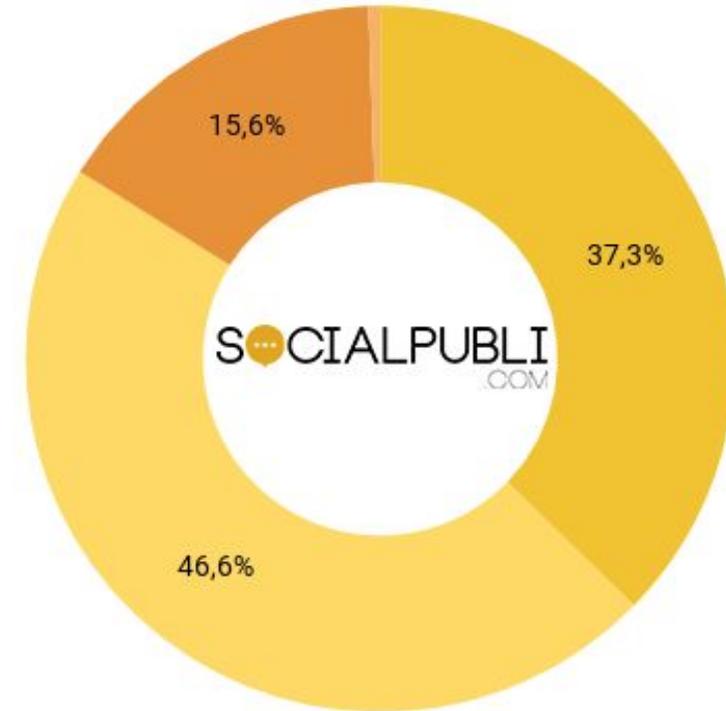
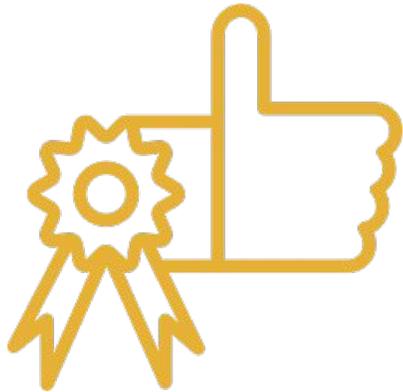
Base (Suma de 1 o más opciones elegidas): 1616



I Estudio Global de Microinfluencers

Frecuencia con la que recomiendan productos o servicios en sus perfiles

© Socialpubli.com



● Diariamente ● Semanalmente ● Mensualmente ● Anualmente

Pregunta: ¿Con qué frecuencia recomiendas productos, servicios y marcas a tus seguidores?

Base (respuesta única): 921

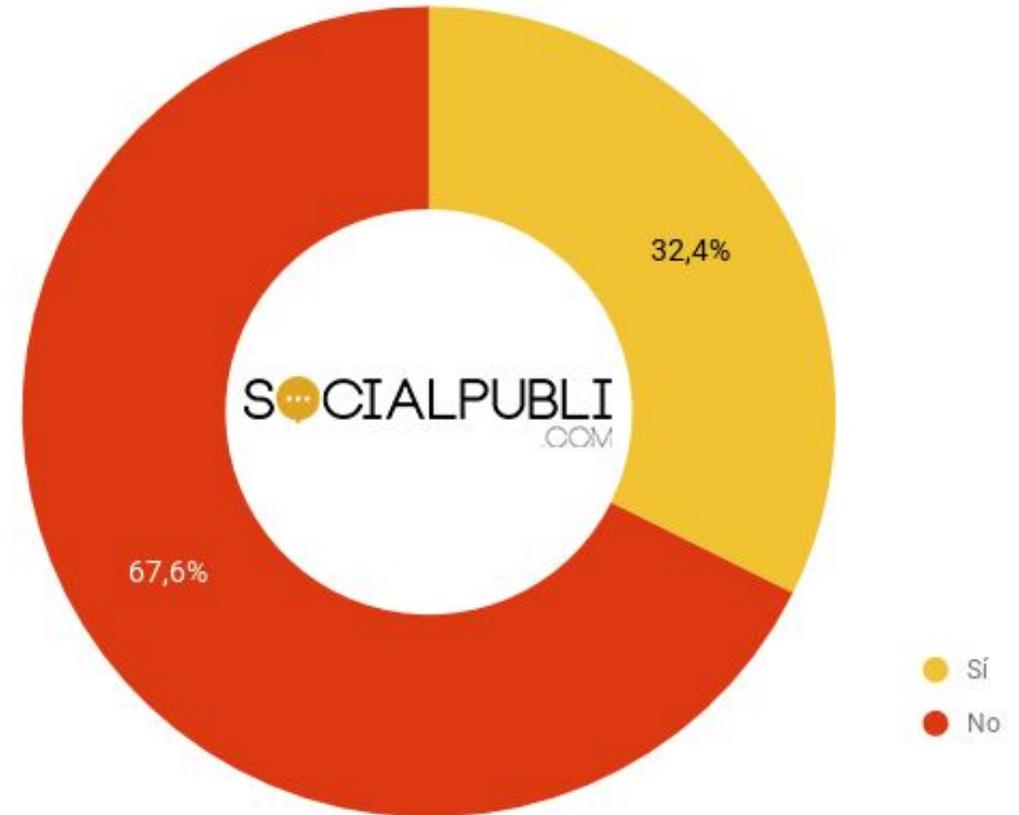


I Estudio Global de Microinfluencers



¿Está reconocido el trabajo como influencer?

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Crees que el trabajo como influencer está suficientemente reconocido y valorado?

Base: 980

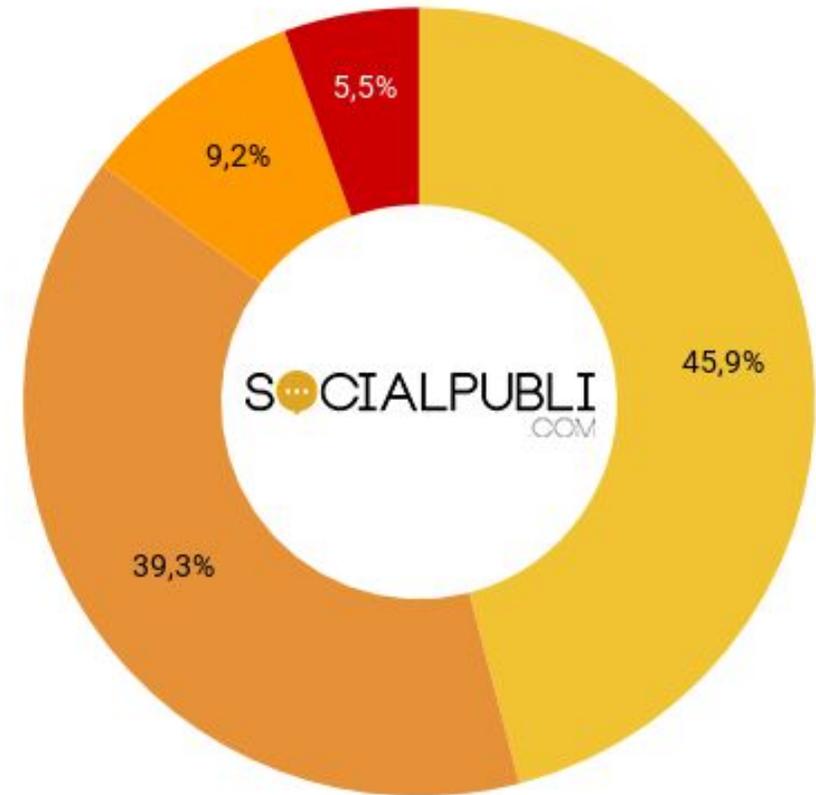
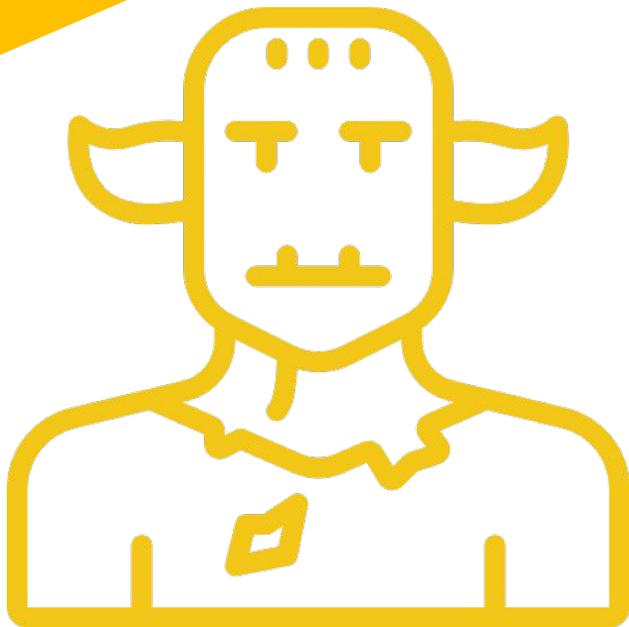


I Estudio Global de Microinfluencers

#TodosSomosInfluencers

Cuánto les afectan los comentarios de haters o trolls

© Socialpubli.com



● Nada ● Un poco ● Bastante ● Mucho

Pregunta: ¿Cuánto te afectan los comentarios negativos de haters/trolls?

Base: 980

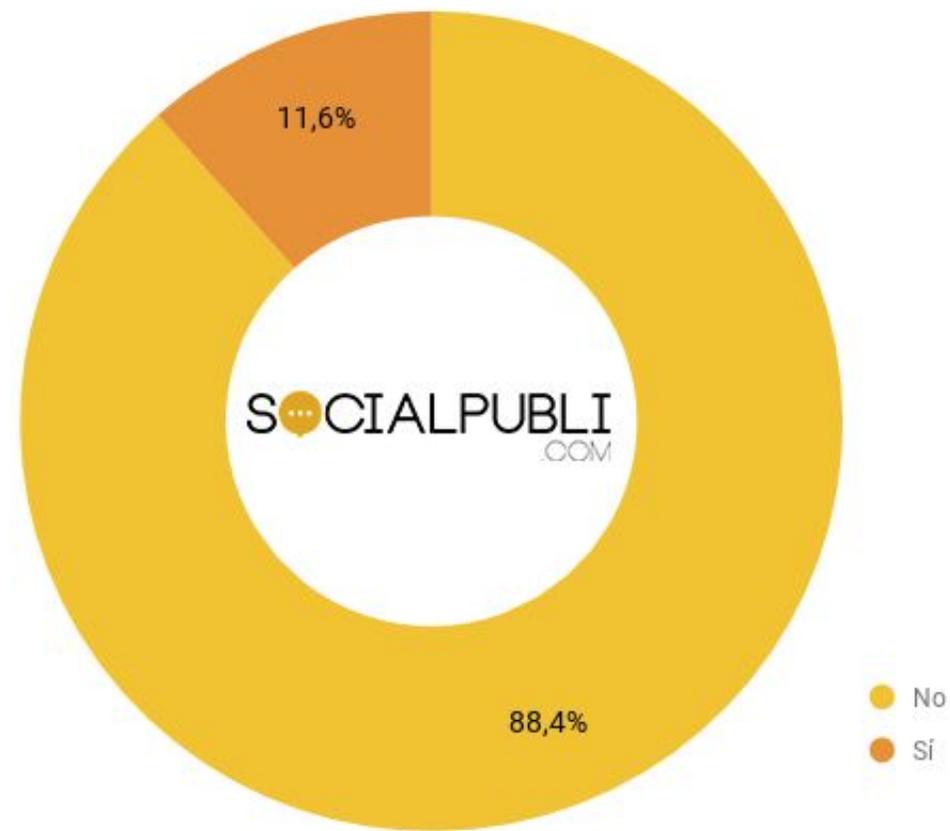


I Estudio Global de Microinfluencers



¿Los mensajes de odio están suficientemente vigilados?

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Crees que los mensajes de odio en las redes sociales están suficientemente vigilados por las autoridades?

Base: 980

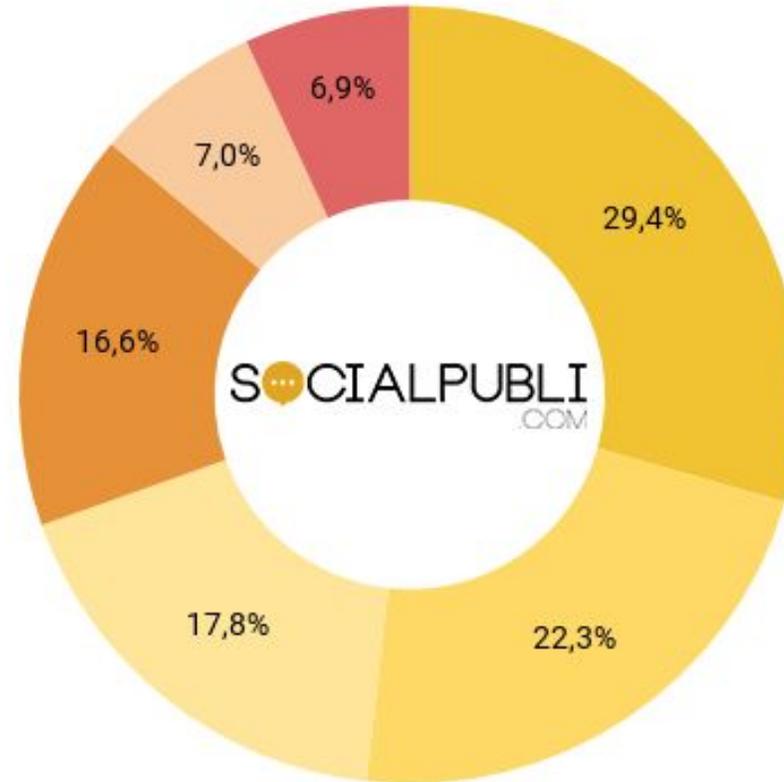


I Estudio Global de Microinfluencers



Consejos para influencers primerizos

© Socialpubli.com



- Ser constante
- Tener paciencia
- Mostrarte de manera natural
- Ofrecer publicaciones de calidad
- Publicar contenidos prácticos
- Hacer contenidos divertidos

Pregunta: ¿Qué consejos le darías a alguien que acaba de empezar como influencer?

Base: 980

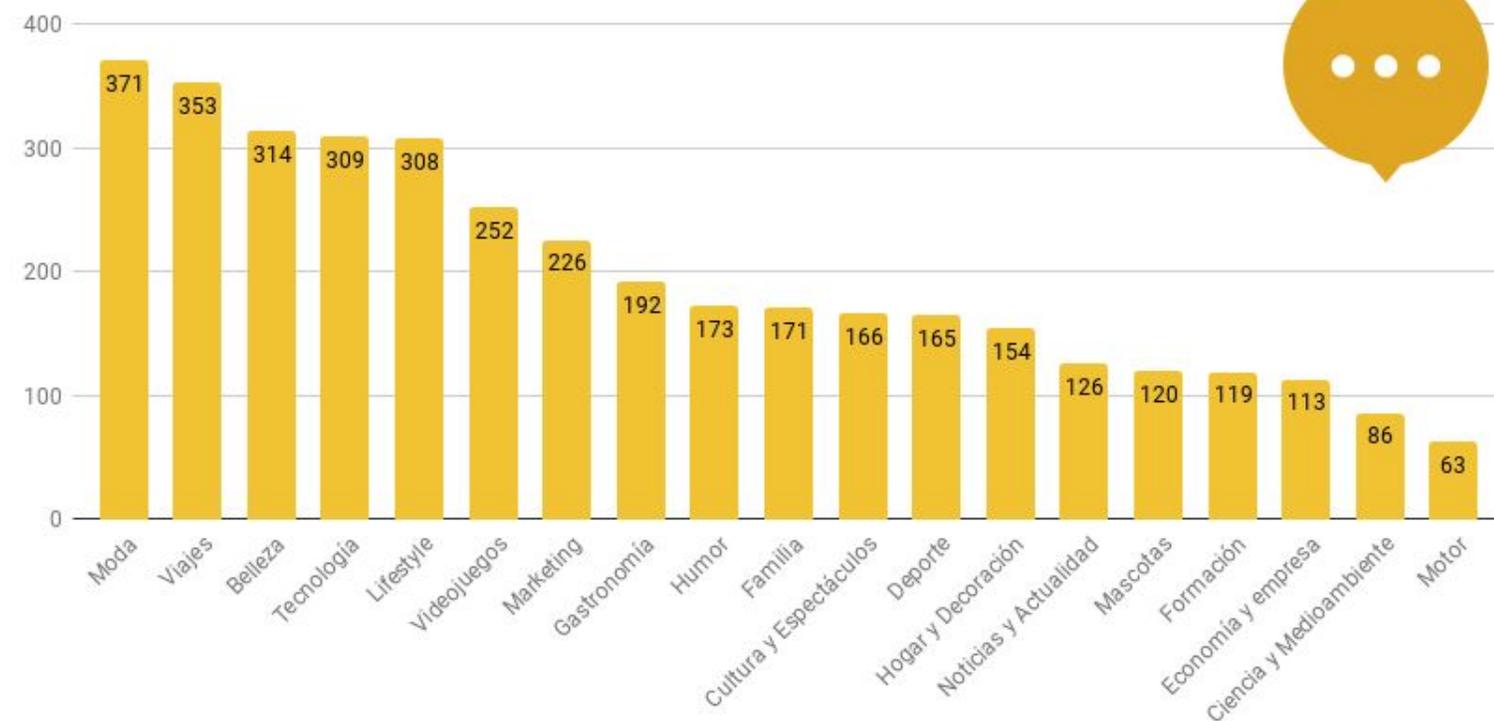


I Estudio Global de Microinfluencers



Sector con más futuro del marketing de influencers

© Socialpubli.com

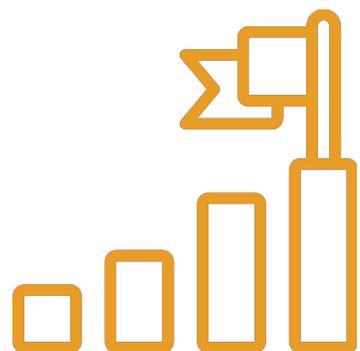


Pregunta: ¿Qué sector crees que tiene más proyección y futuro para un influencer?

Base (Suma de 1 o más opciones elegidas entre las sugeridas): 4335

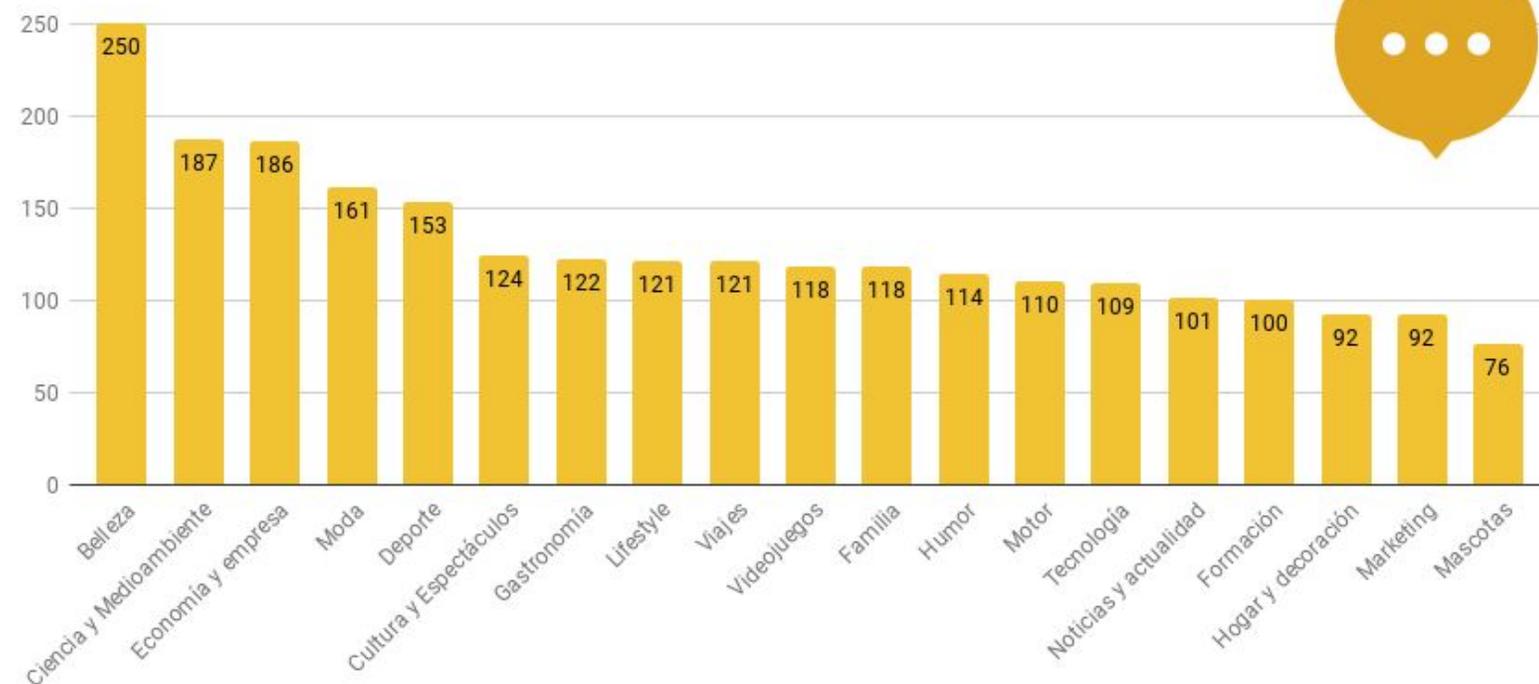


I Estudio Global de Microinfluencers



Sector más complicado para posicionarse como influencer (agrupado)

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿En qué sector crees que es más difícil posicionarte como influencer?

Base (Suma de 1 o más opciones elegidas entre las sugeridas): 2205

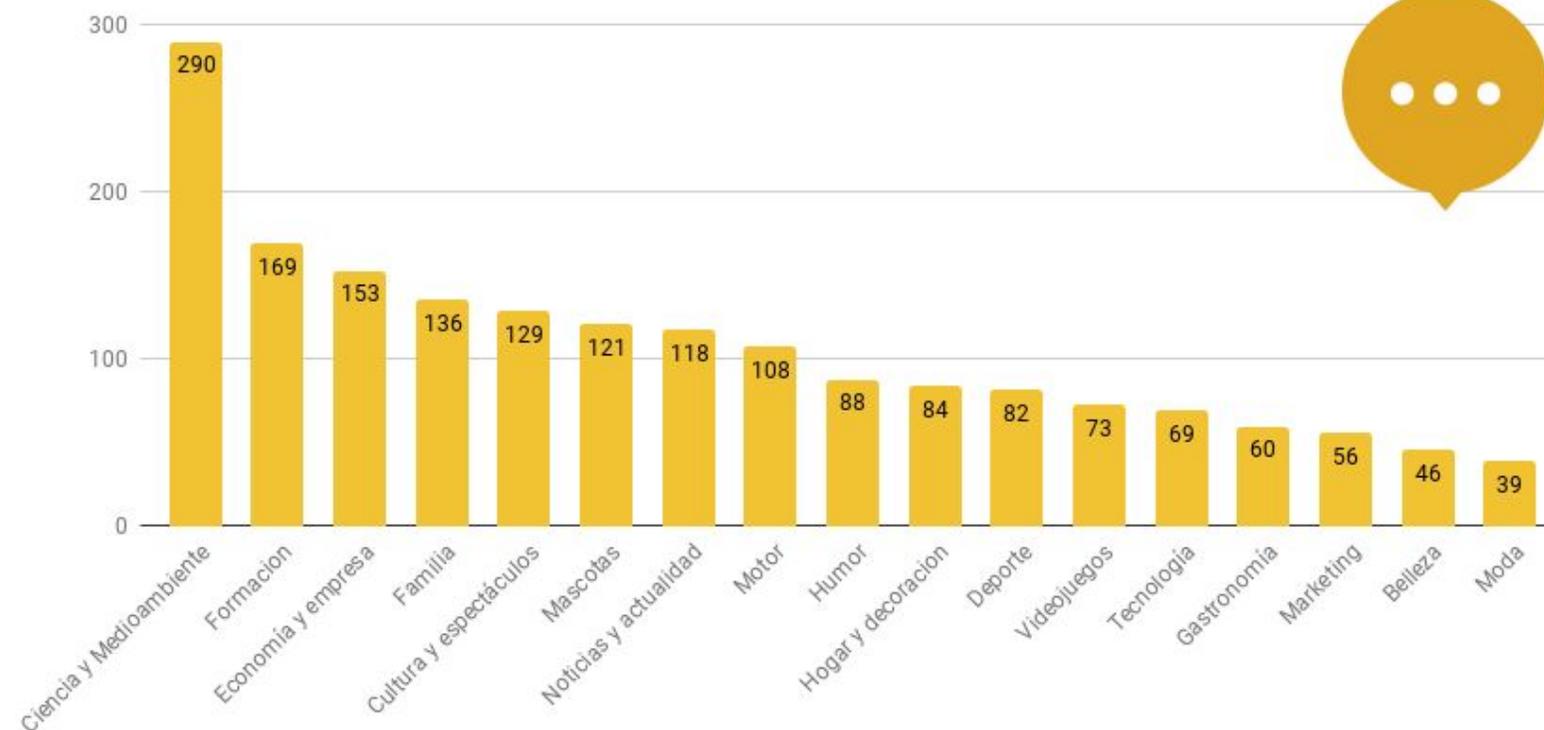


I Estudio Global de Microinfluencers



Sectores menos desarrollados del marketing de influencers (agregado)

© Socialpubli.com

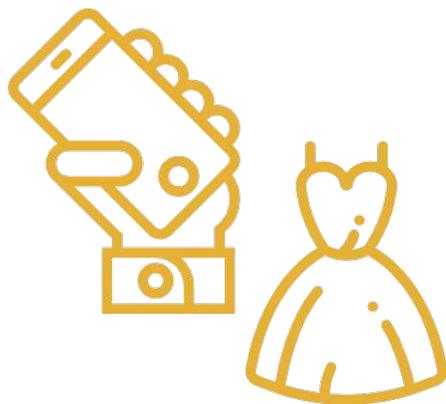


Pregunta: ¿En qué sector crees que está menos desarrollado el negocio de los influencers?

Base (Suma de 1 o más opciones elegidas entre las sugeridas): 1821

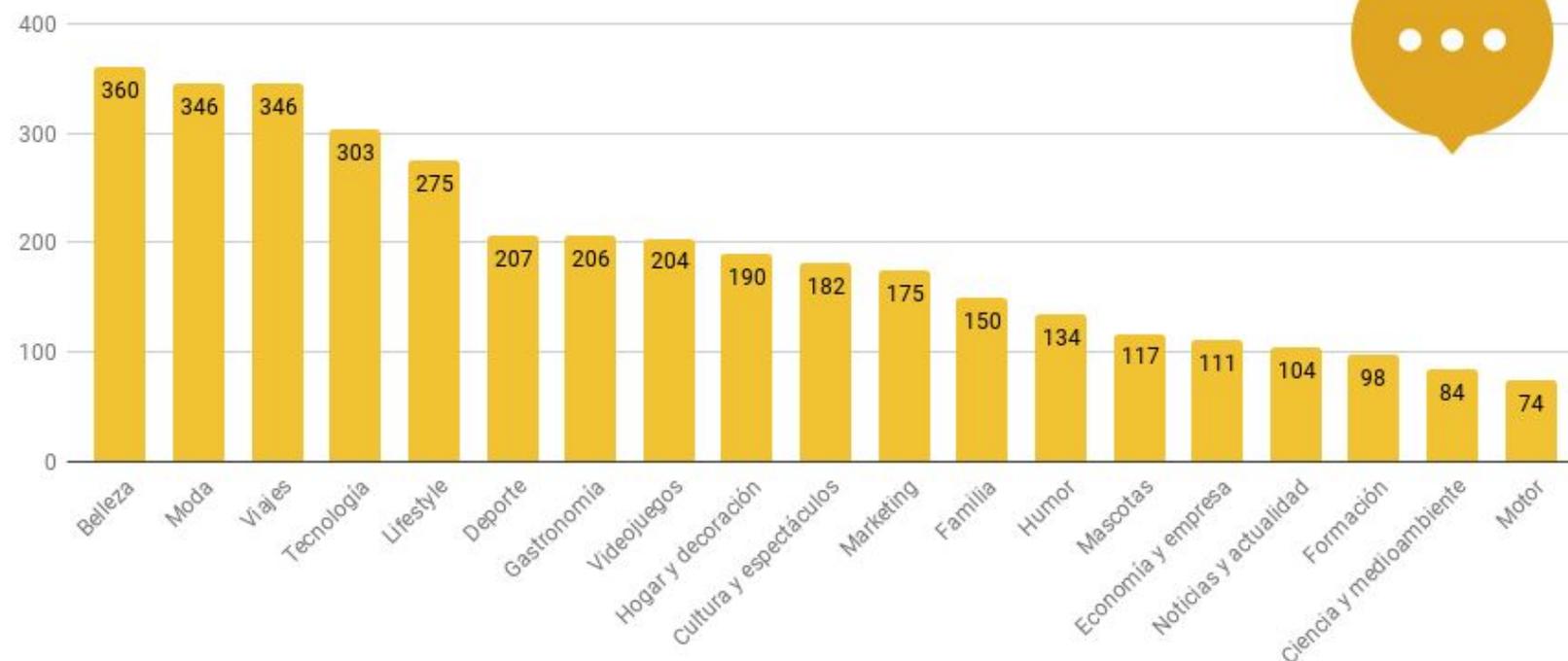


I Estudio Global de Microinfluencers



Sectores y marcas preferidas con las que trabajar (agregado)

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Con qué tipo de marcas te gusta más trabajar?

Base (Suma de 1 o más opciones elegidas entre las sugeridas): 3306

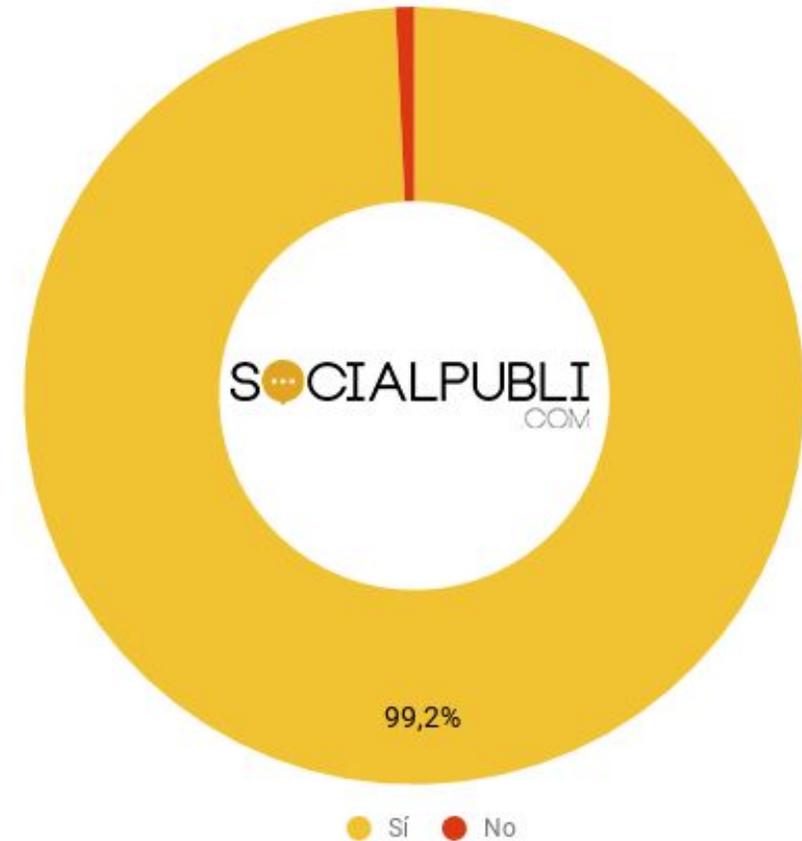


I Estudio Global de Microinfluencers



¿Crees en los productos que promocionas como influencer?

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Crees en los productos y servicios que promocionas?

Base: 879

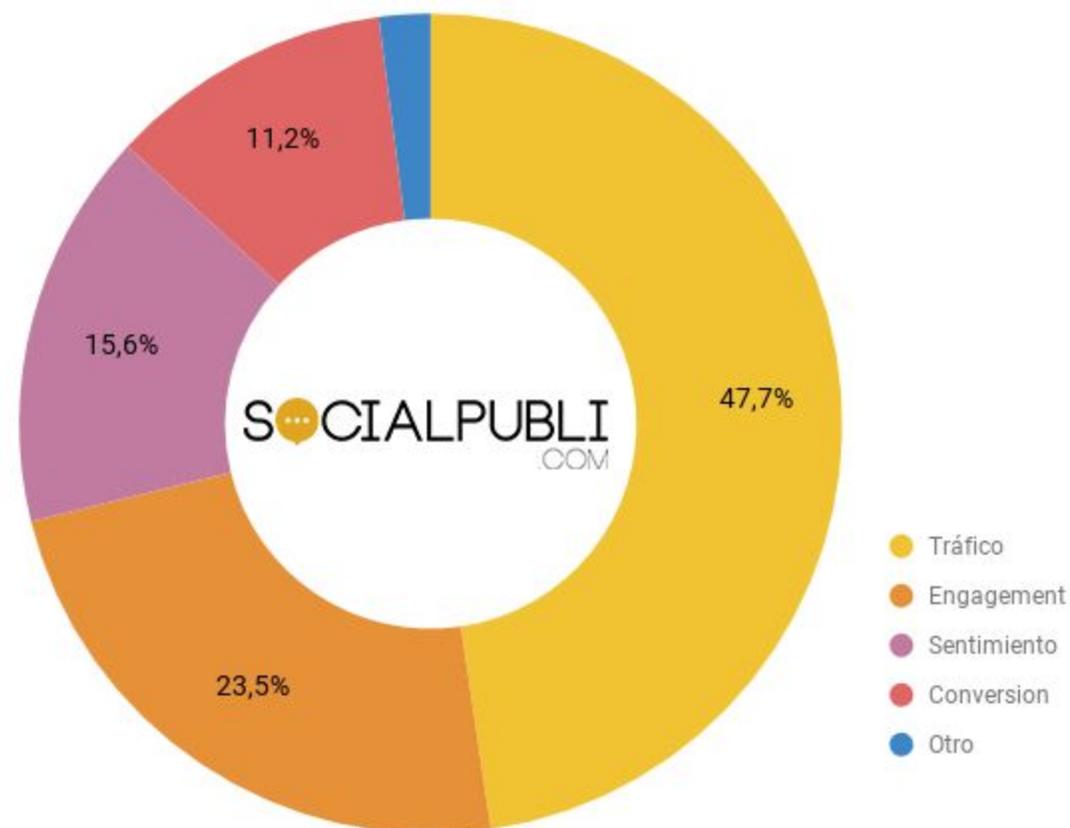


I Estudio Global de Microinfluencers



Cómo prefieren que se mida el éxito de una campaña (agregado)

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Cómo prefieres que se mida el éxito de una campaña o colaboración con una marca?

Base (agrupado de opciones anteriores por categoría): 880

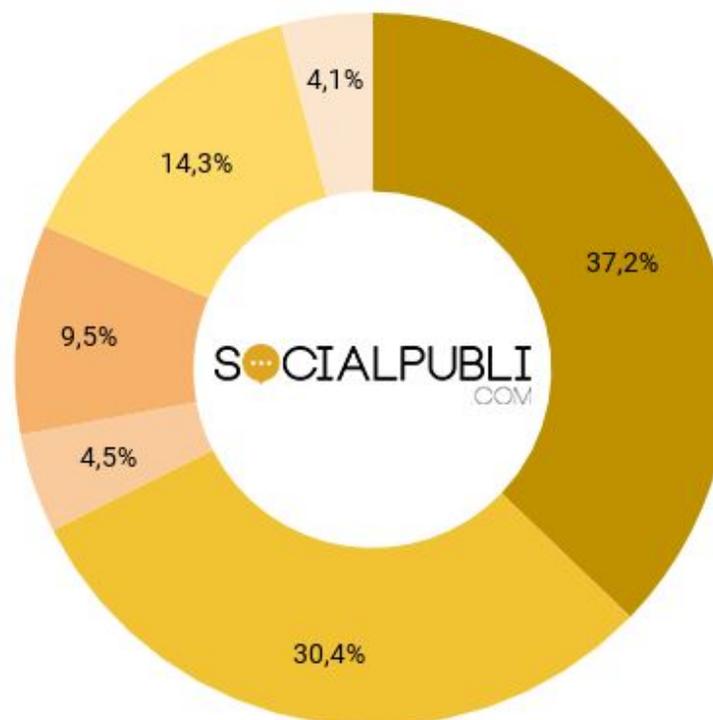


I Estudio Global de Microinfluencers



Motivo por el que repiten colaboración con marcas (1ª opción)

© Socialpubli.com



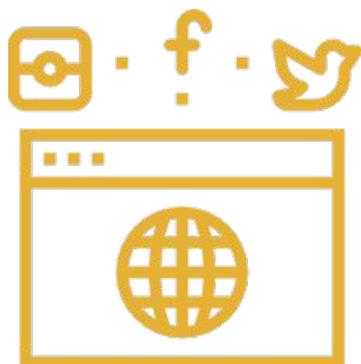
- Soy fan de la marca y uso con frecuencia sus productos/servicios
- Ofrecen una compensación justa y competitiva
- Me respetan como creador de contenido
- Ofrecen una oportunidad de colaboración a largo plazo
- Sus valores están alineados con los míos y los de mi audiencia
- Entienden mis intereses y solo se acercan a mí con oportunidades relevantes

Pregunta: ¿Qué factores hacen que trabajes con una marca más de una vez?

Base (1ª opción elegida entre las sugeridas): 877

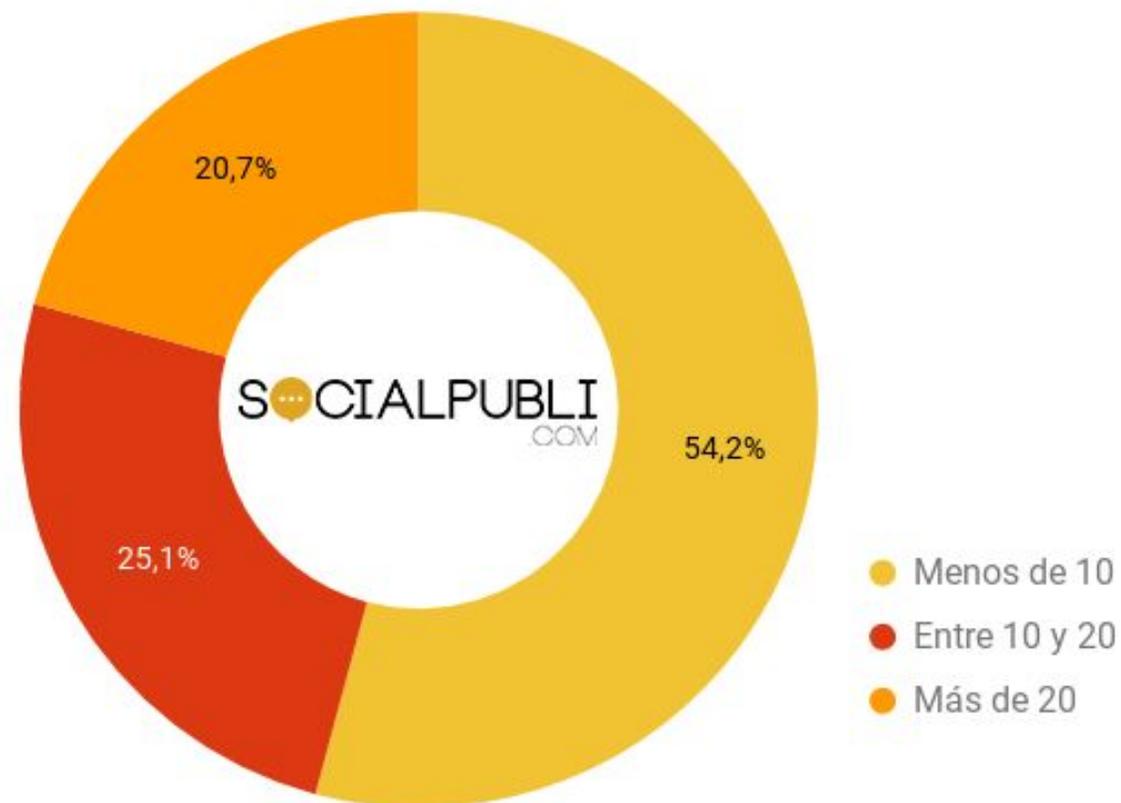


I Estudio Global de Microinfluencers



Colaboraciones como influencers al año

© Socialpubli.com



Pregunta: ¿Cuántas campañas o colaboraciones con marcas haces al año?

Base (1ª opción elegida entre las sugeridas): 877



Los microinfluencers
son creadores de contenido
son reales y están muy conectados.

Quieren dedicarse profesionalmente al
marketing de influencers y miman sus
redes sociales publicando coherentemente.

La ciencia y el medioambiente son sectores a explorar.
La moda, viajes y belleza son los sectores más populares.

**Los microinfluencers
creen en los productos y
servicios que promocionan.**



Recuerda:



Tecnología propia que permite a las marcas y agencias, diseñar y configurar sus campañas **en menos de diez minutos.**

Más de 2.000 campañas realizadas.

Estadísticas en tiempo real

para comprobar si la campaña va cumpliendo sus objetivos.

6 redes sociales disponibles:

Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Blogs y LinkedIn.

Todos los mensajes son moderados antes de publicarse.

- **"Mejor agencia de influencers"** eAwards 2017
- **"Best new bussiness de 2016"** Miami Chamber of Commerce.



- ESPAÑA
- ESTADOS UNIDOS
- PORTUGAL
- FRANCIA
- PERÚ
- COLOMBIA

 [socialpubliES](https://www.facebook.com/socialpubliES)

 [@socialpubli_es](https://twitter.com/socialpubli_es)

 [socialpubli](https://www.instagram.com/socialpubli)

“Si puedes influir en los líderes,
ya sea con su colaboración
consciente o sin ella,
automáticamente influyes
sobre el grupo que le sigue”

Edward Bernays

Contacto: ismael@socialpubli.com

Teléfono: +34 913913305

 SOCIALPUBLI
.COM

#TodosSomosInfluencers

Colaboran:

 **adigital**
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA ECONOMÍA DIGITAL

< ISDI >