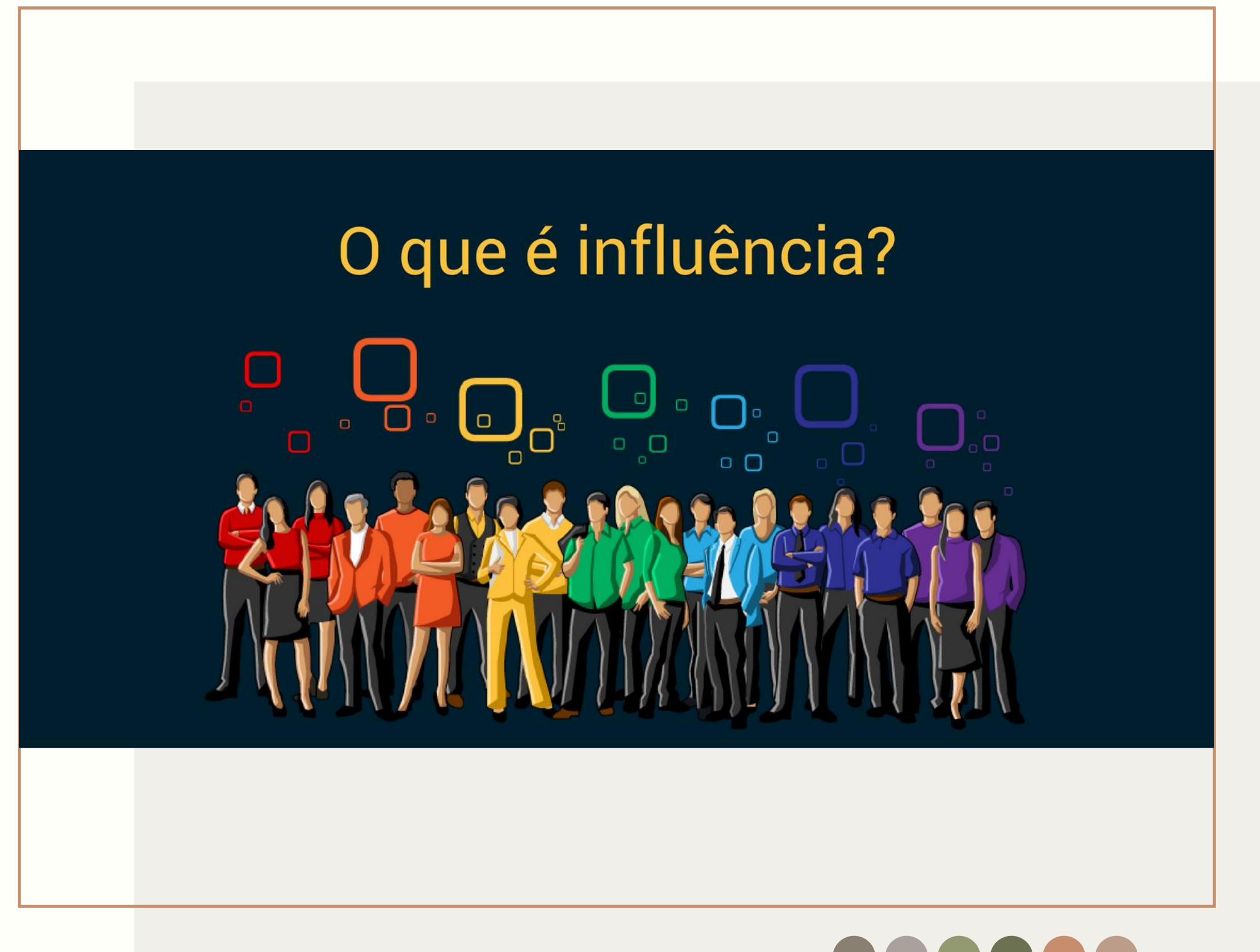
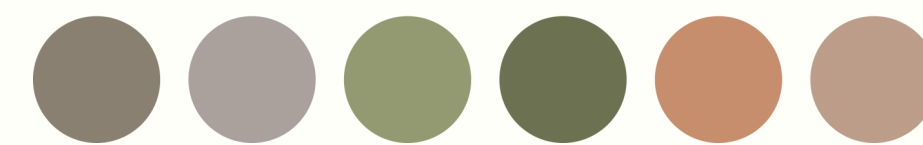


4 - O que é influência e o Marketing de Influência?

Influência é a ação que alguém ou algo tem sobre outra coisa, ou seja, o poder, o controle ou a autoridade.

Quando se diz que determinada pessoa é uma influência para as demais, significa que serve de modelo ou que exerce interferência sobre o modo de agir ou de pensar das outras pessoas, por exemplo.

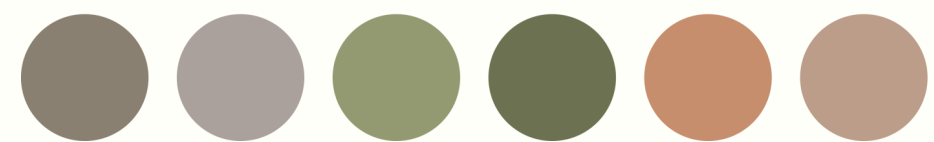
Influenciadores são indivíduos que exercem influência ou liderança sobre potenciais compradores.



O marketing de influência é um tipo de marketing que utiliza endossos e menções de produtos nas redes sociais através de influenciadores.

O marketing de influenciadores funciona graças à confiança que os mesmos construíram com sua base de seguidores.





Nos últimos anos, o marketing de influência se tornou a nova estratégia para marcas que buscam expandir seu alcance, aumentar o conhecimento e impulsionar as conversões.

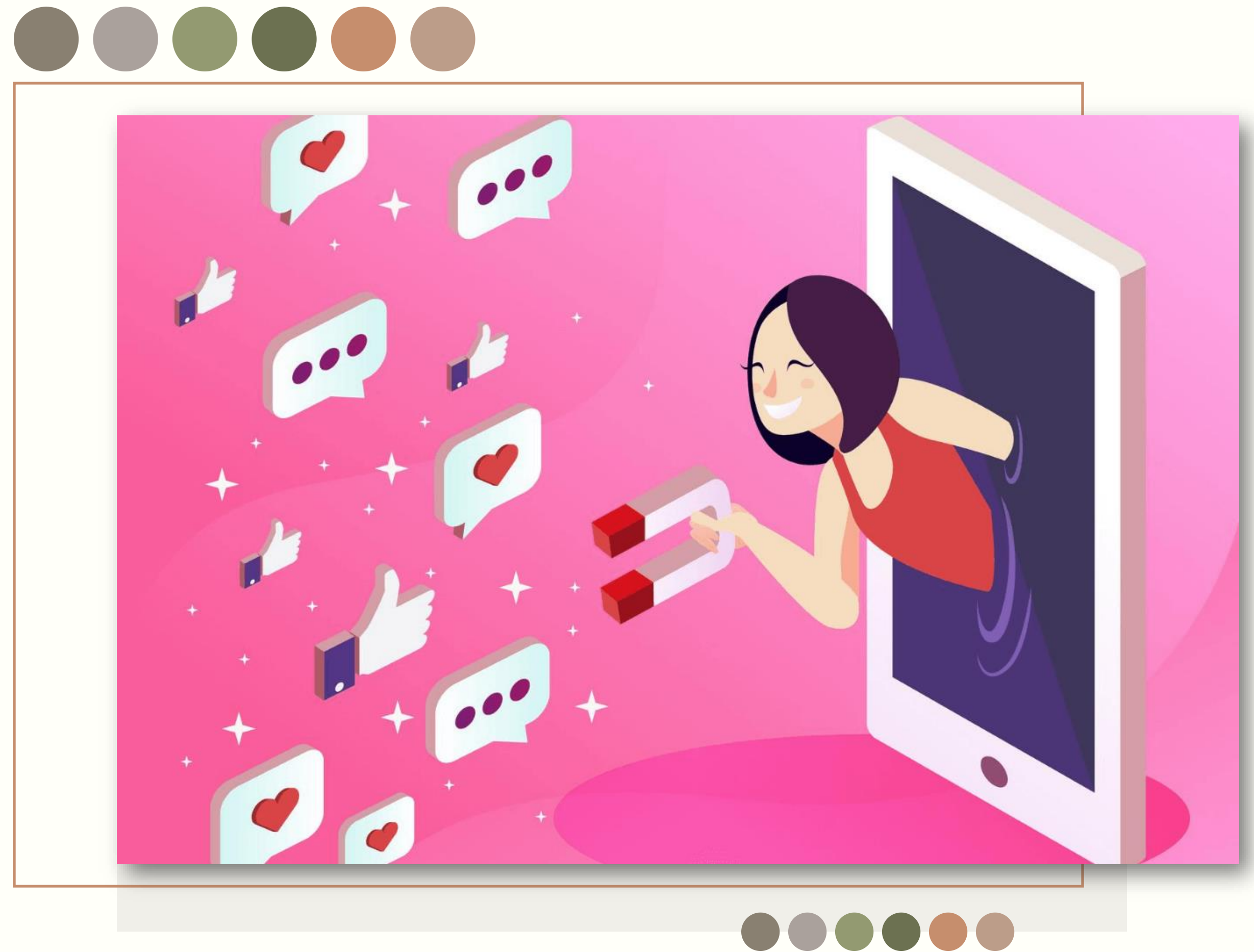
Atualmente, aproximadamente 93% dos profissionais de marketing trabalham com marketing de influência.

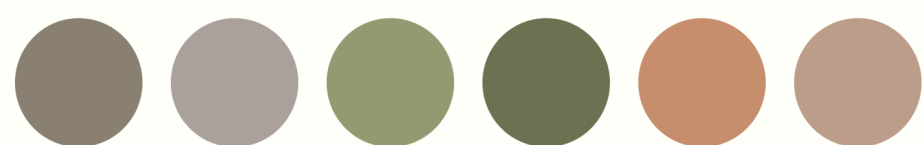


E essa prática se mostrou tão eficaz que, em 2022, a estimativa é que o marketing de influência deve quase dobrar de valor, chegando a US\$ 15 bilhões.

Enquanto isso, as empresas também aumentam os gastos voltados para as campanhas do segmento, de acordo com um artigo da Business Insider.

O número confirma a tendência de crescimento deste mercado em que mais de 80% dos consumidores afirmam seguir as marcas que costumam consumir no Instagram.



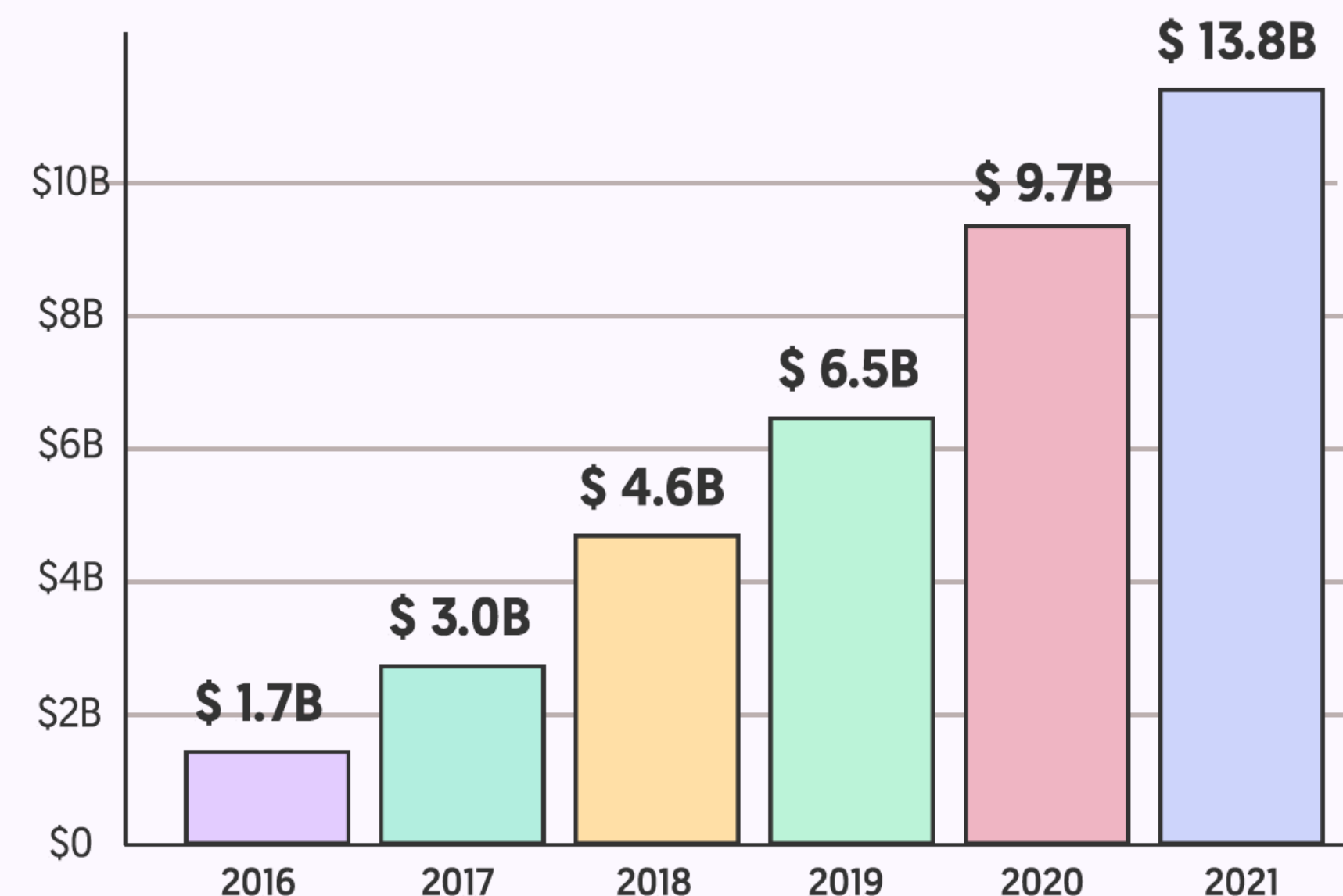


Líder global em mídia, a Nielsen vem acompanhando com atenção os números e comportamento deste segmento.

Apesar de reconhecer a relevância das ações, a empresa aponta a importância de avaliar os resultados proporcionalmente ao volume de recursos movimentados anualmente – que em 2021 gerou mais de US\$ 13 bilhões no mundo, de acordo com os estudos do eMarketer.

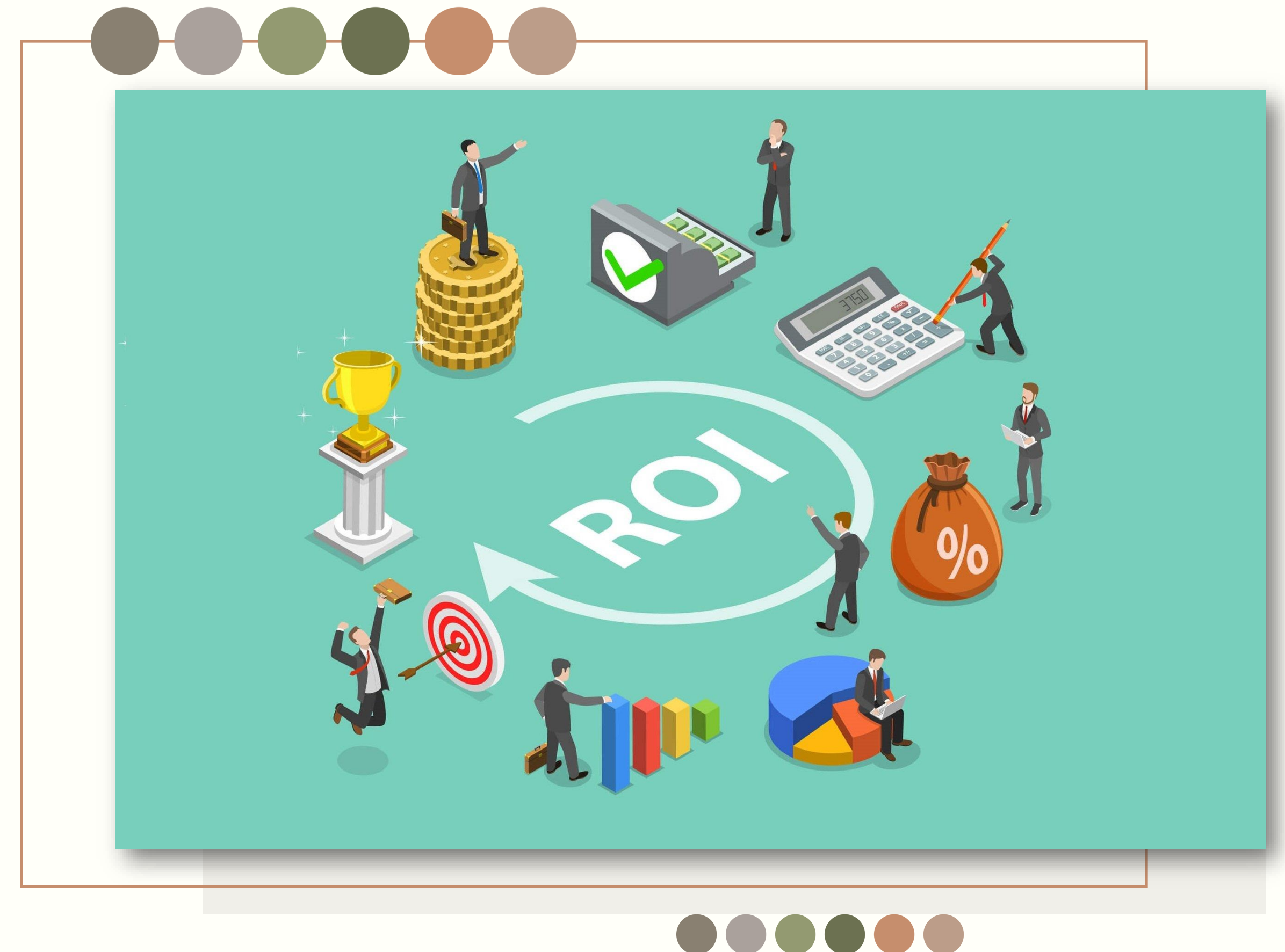
Influencer Marketing Expected to Grow to be Worth \$13.8 Billion This Year

Estimated Influencer Marketing Growth (YOY)



E para quem ainda não acredita no poder da influência, dê uma olhadinha nesses números de acordo com a Nielsen.

- 92% dos consumidores confiam nas recomendações de amigos, familiares e influenciadores;
- 70% dos adolescentes confiam mais nos influenciadores do que nas celebridades;
- O marketing de influência ganha 11 vezes mais o ROI (retorno sobre o investimento) do que uma campanha digital padrão;
- 74% das pessoas usam as mídias sociais para descobrir novos produtos e tomar decisões de compra;

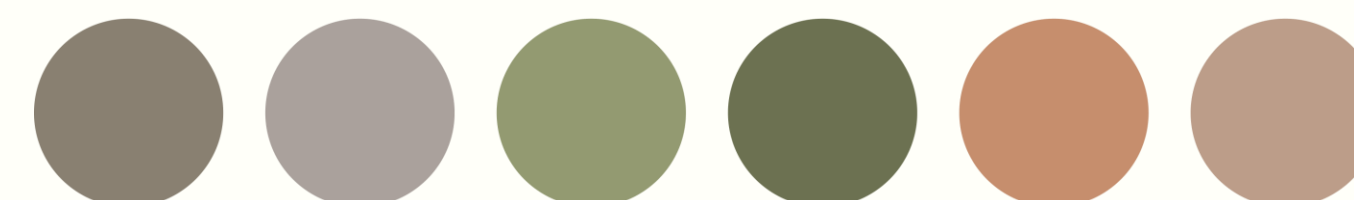




Uma pesquisa do site Aspire mostra que 61,9% dos profissionais de marketing trabalham com influenciadores para gerar conteúdo. O conteúdo gerado por influenciadores é rápido e de produção econômica.

Sem mencionar que é autêntico e diversificado, por isso tem um desempenho melhor do que conteúdos criados em estúdio. As marcas podem utilizá-lo em seus sites, campanhas digitais, e-mails marketing, anúncios impressos ou até mesmo em displays em lojas físicas.

Por todas essas razões, o marketing de influência se tornou uma ótima estratégia para marcas que buscam chamar a atenção dos clientes, educar os consumidores, gerar conteúdo de alta qualidade e aumentar as vendas.



Marketing de influência não só mudou a indústria da publicidade, mas a do entretenimento também.

Pessoas que são influentes têm a oportunidade de impactar uma mudança na sociedade e de ser um membro respeitado dessa comunidade.

