



© Instagram, @niiinasecrets



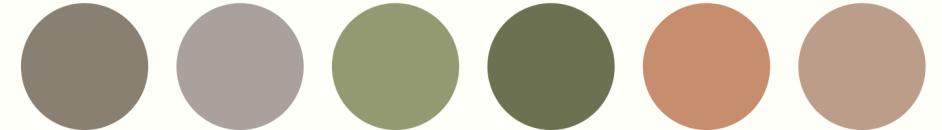
3 - Quando as marcas começaram a apostar nos creators?

Apesar dos blogs já estarem em evidência desde meados de 2005, foi somente a partir de 2008 que o Marketing de Influência passou a contar com as redes sociais como aliada.

A indústria começou a tomar forma e em 2010 já contava com sistemas mais elaborados, como: Google, Youtube, Facebook, LinkedIn e Twitter.

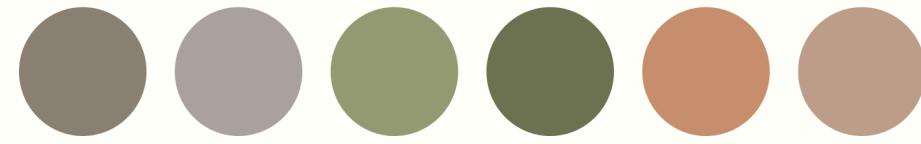
Em 2013, tivemos o boom dos smartphones e daí em diante tudo foi se transformando ainda mais.





Com o surgimento do Instagram em 2010, as Kardashians/ Jenners se tornaram as maiores influenciadoras da década.

- Kylie é a primeira mulher a atingir o marco de 300 milhões de seguidores no Instagram.
- Quando ela admitiu usar produtos de preenchimento cosmético em maio de 2015, depois de postar os lábios excessivamente grandes, as solicitações de preenchimento aumentaram 70%



Quando Kim se juntou ao Instagram em fevereiro de 2012 publicando uma foto sem glamour e de pijama, ela já compartilhava sua vida no reality show KUWTK por pouco mais de 5 anos.

"Percebi rapidamente que as redes sociais seriam usadas como o meu focus group gratuito", disse Kim ao The Cut em novembro de 2019, refletindo sobre como sua marca evoluiu com a plataforma, de tirar selfies a gerar vendas para ela mesma e parcerias patrocinadas.

(Kim K ganha mais de 1 milhão de dólares por publicação).

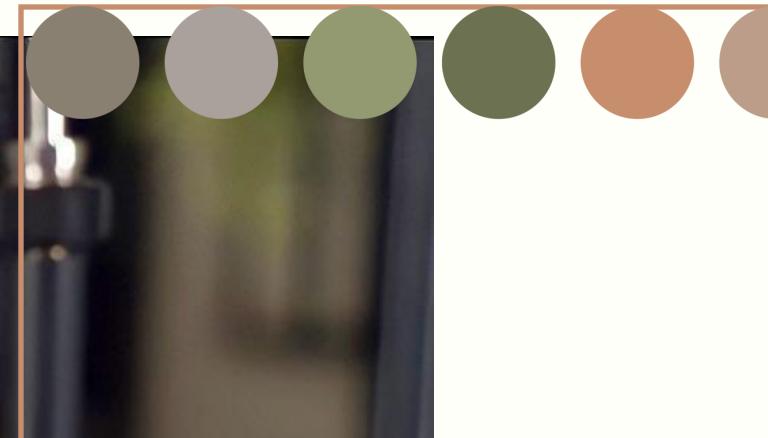
A partir de 2014, as marcas voltaram a atenção para os influenciadores, exigindo cada vez mais qualidade na produção de conteúdo. O modelo de influência também evoluiu.

Eles passaram a construir suas próprias audiências, tendo controle sobre elas sem depender do intermédio dos veículos de comunicação.





https://www.youtube.com/watch?v=0O_HFAVZLrw



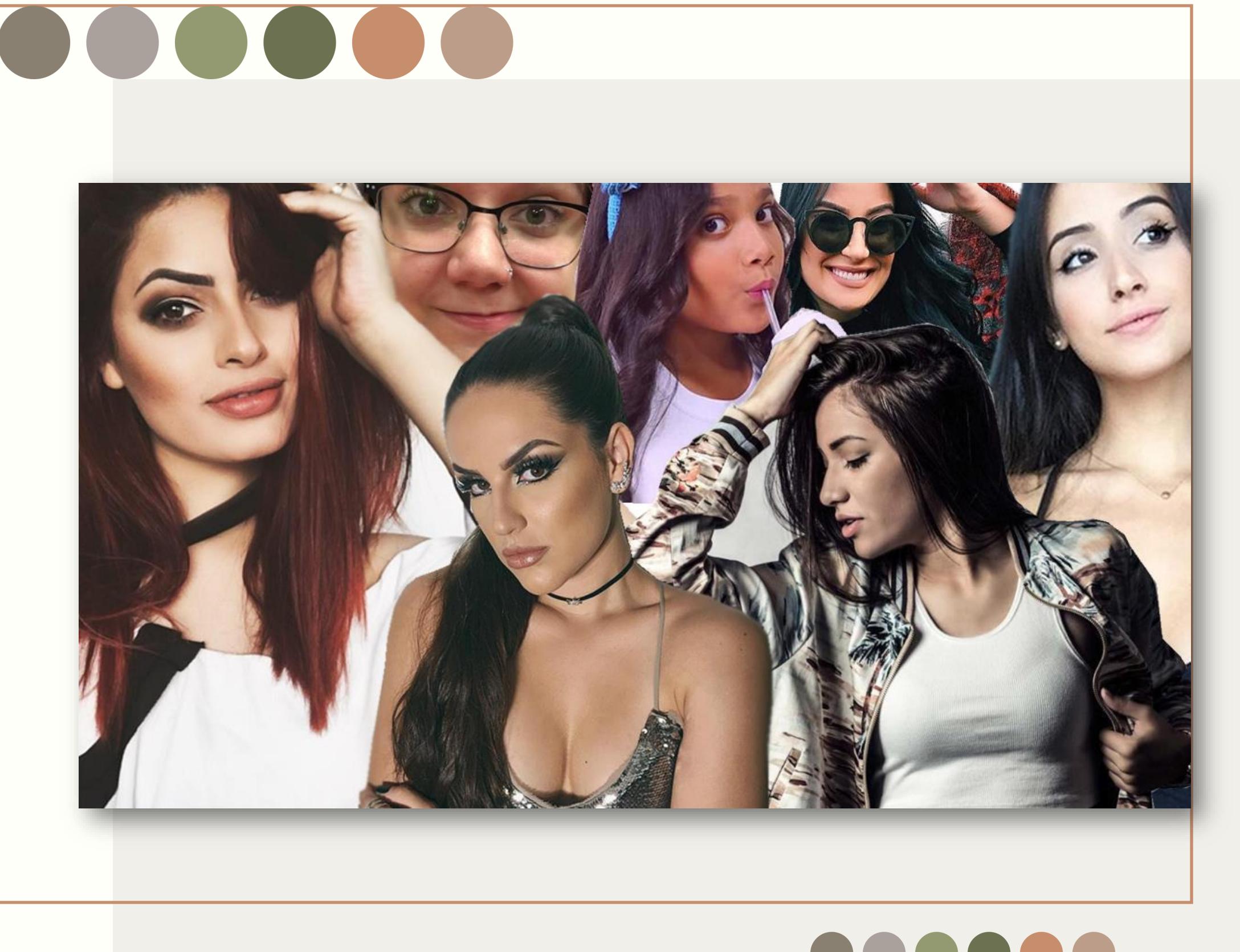
https://www.youtube.com/watch?v=yPVO8Jys_hU



<https://www.youtube.com/watch?v=gS-yKbHR7ig>

2016 – Boom dos Youtubers

- A partir de 2016, veio o grande boom dos influenciadores e também dos conteúdos em vídeos.
- 79% dos consumidores estão abertos a gastarem mais em um produto após assistirem a um vídeo nas redes sociais.



Whindersson Nunes é personalidade mais influente do Brasil no ano

REDAÇÃO - O ESTADO DE S.PAULO

11/09/2017, 15:22

[f](#) [t](#) [...](#) [p](#) [e](#) [m](#)

Rodrigo Faro e Lázaro Ramos ficaram logo atrás em pesquisa feita pelo Google



O youtuber Whindersson Nunes Foto: YouTube / @whinderssonunes



Ad Blocker

Global Web Index aponta que 40% dos usuários de Internet usam softwares para bloquear anúncios. A grande parte dos consumidores nem mesmo vê os anúncios pelos quais as marcas pagam.

Trabalhar com influenciadores é uma solução eficaz na era do ad blocker, pois os consumidores se deparam com os produtos por meio de conteúdos vindos de onde eles já estão – nas redes sociais.

