



# O futuro do marketing de influência e do Creator Commerce

Fevereiro, 2022



**Gabriella Coffoni**

Marketing + Consumer Head,  
LTK Latin America

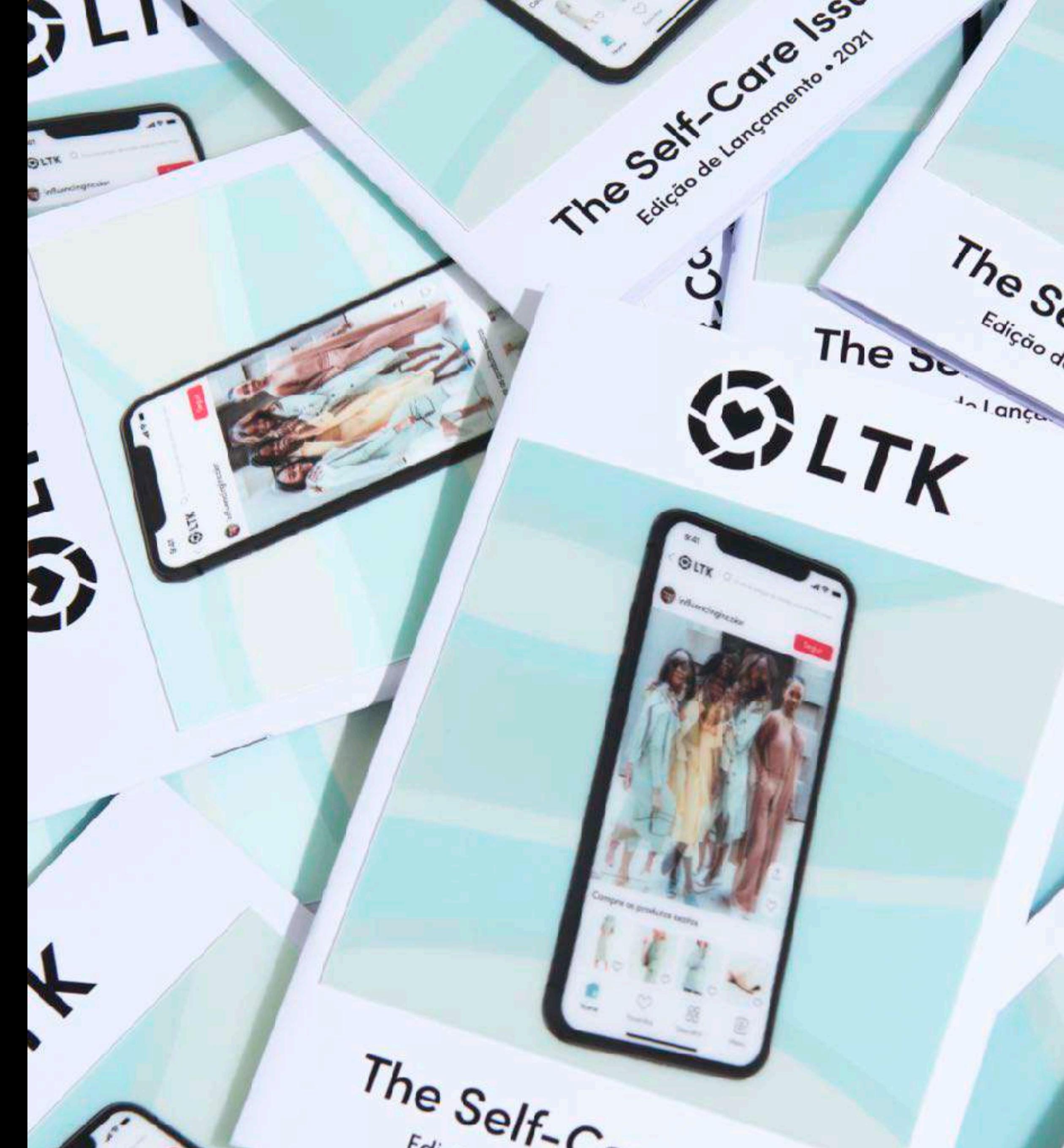
# Agenda

## **Tendências do marketing de influência**

Principais tendências do mercado e o desenvolvimento do influencer marketing.

## **Como criamos o Creator Commerce**

Como é o papel da LTK no ecossistema do influencer marketing.



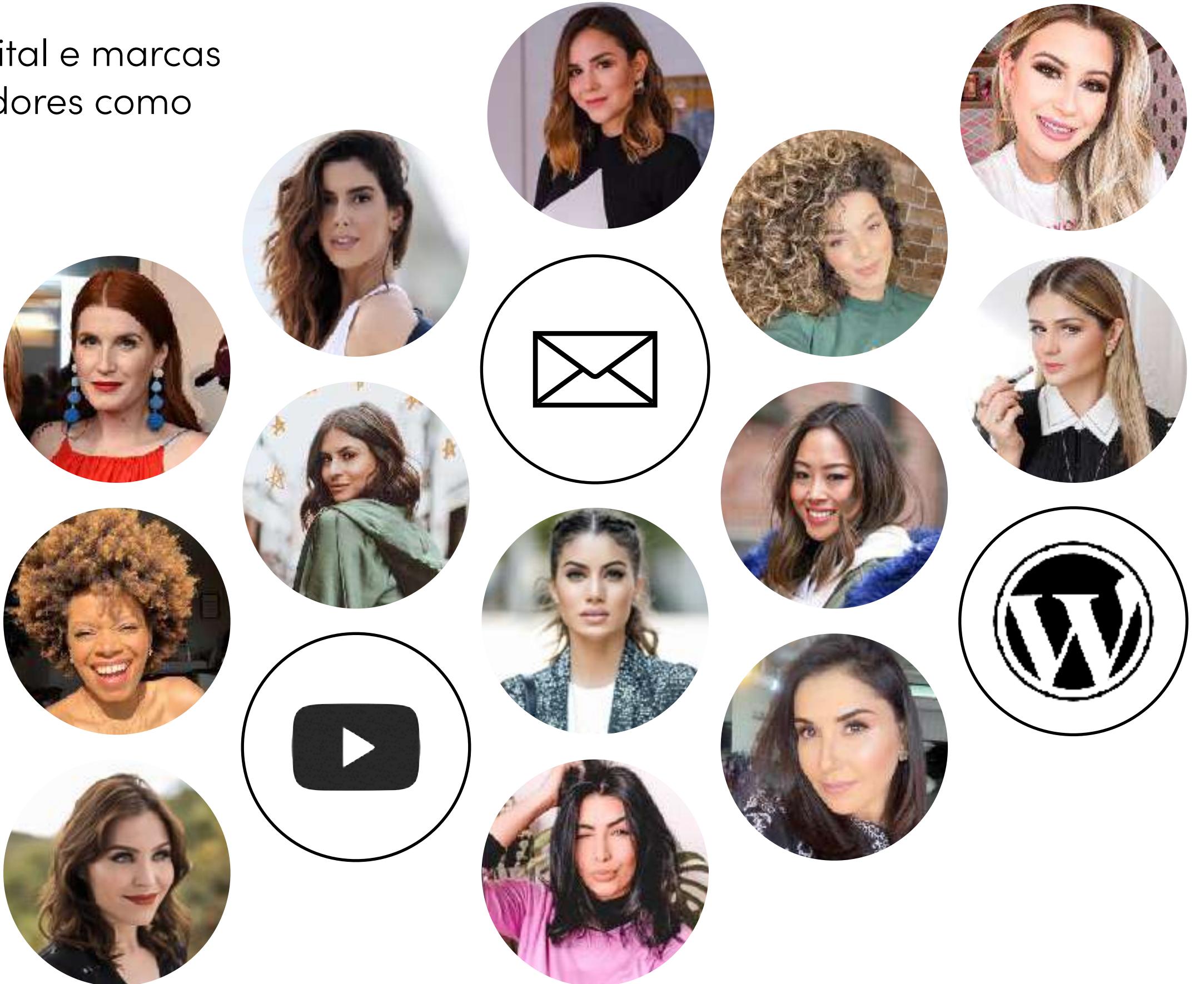
Tendências do  
marketing de influência

## Antes da pandemia, já víamos algumas macro tendências acontecendo:

1. O mundo se dividiu em nichos
2. Trânsito para o mundo mobile e apps
3. Maiores gastos com publicidade digital e marcas adotando o marketing de influenciadores como estratégia principal



antes



agora



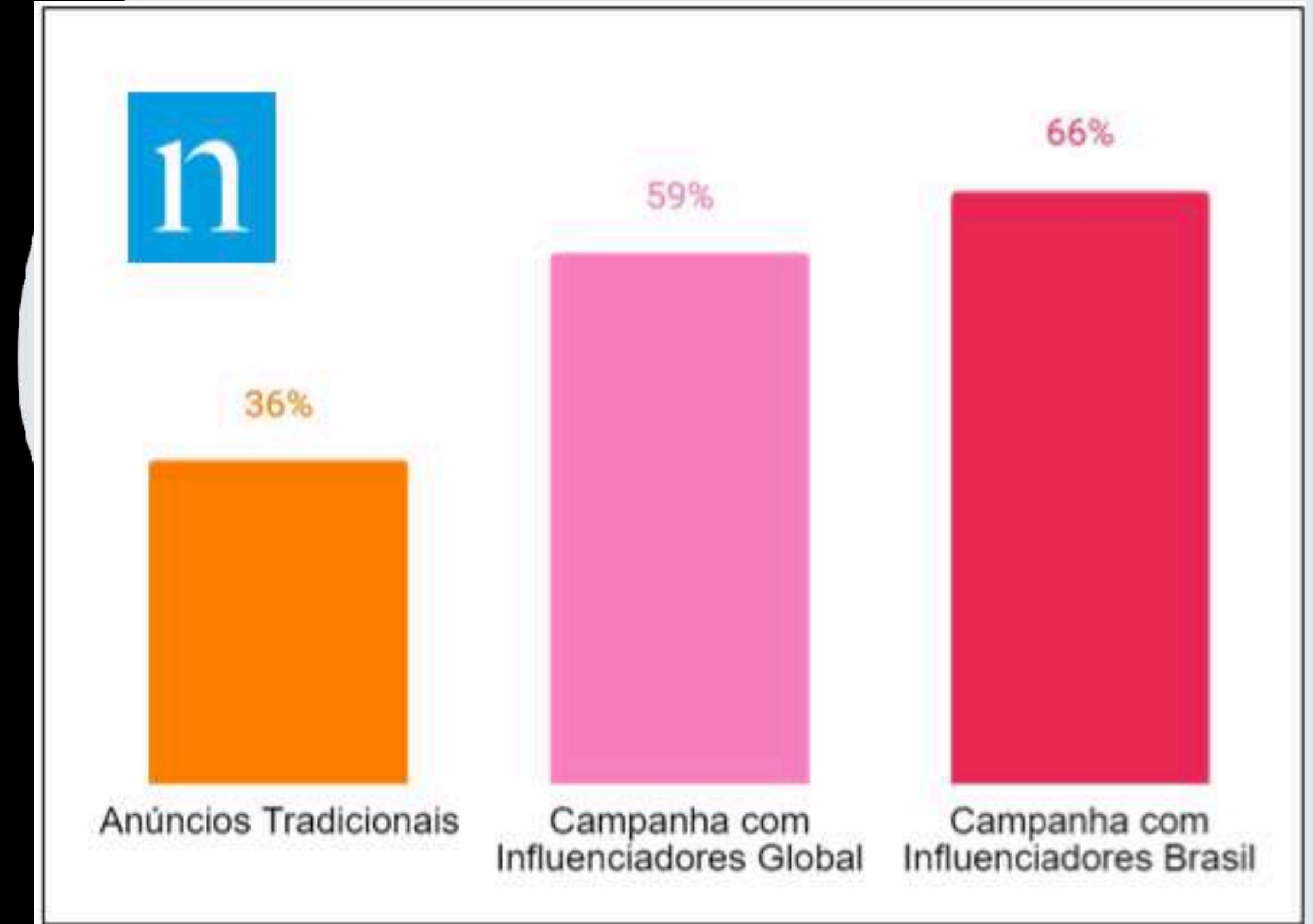
MÍDIA TRADICIONAL

WEB

PÓS-WEB

Nilsen, 2021

Consumidores lembram mais de anúncios feitos por influencers do que anúncios tradicionais



# Criadores com maior impacto em decisões de compra

- Oferecem autenticidade de um jeito único, e que outros canais de marketing não conseguem
- Permitem que marcas alcancem contextos regionais, faixa etárias e classes sociais específicas
- Esse momento foi histórico para a nossa indústria. Os varejistas não podiam mais investir em força de vendas offline – os influenciadores se tornaram a sua força de vendas
- Influenciadores humanizam a marca

**+76%**

Brasileiros compraram produtos recomendados por influenciadores

**71%**

volume vendas e-comm no pico da pandemia

**50%**

aumento na taxa de conversão de categoria casa e fitness

# EMPRESAS BRASILEIRAS EM 2021

Dados da pesquisa ROI & Influência 2021, do Youpix

**86.5%**

**"Trabalhar com influenciadores traz um resultado que nenhum outro canal de comunicação digital pode trazer."**

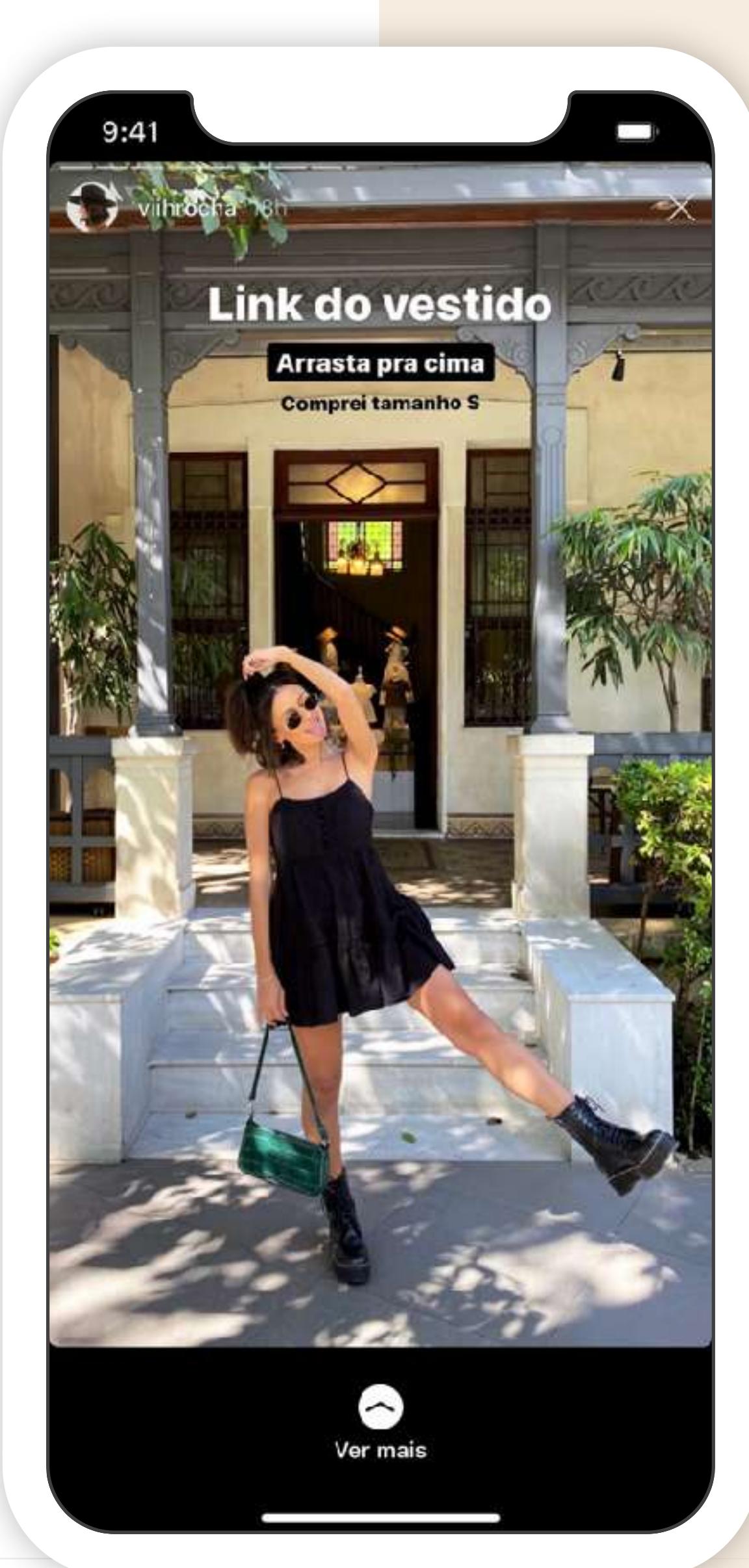
**83%**

**Consideram que, com a Pandemia, o marketing de influência se tornou mais estratégico para sua empresa.**

Fonte: FleishmanHillard

# A era das compras online

- A pandemia acelerou o processo de desenvolvimento para uma nova indústria
- Fechamento do entretenimento offline, consumidores estão passando mais tempo online
- Até o momento, 150.4M de usuários de internet no Brasil, dos quais 8.5M surgiram no período de 2019 a 2020
- Aumento de consumidores realizando compras online pela primeira vez



**Tempo gasto em apps após Março 2020**

**+27%**

Facebook

**+15%**

Youtube

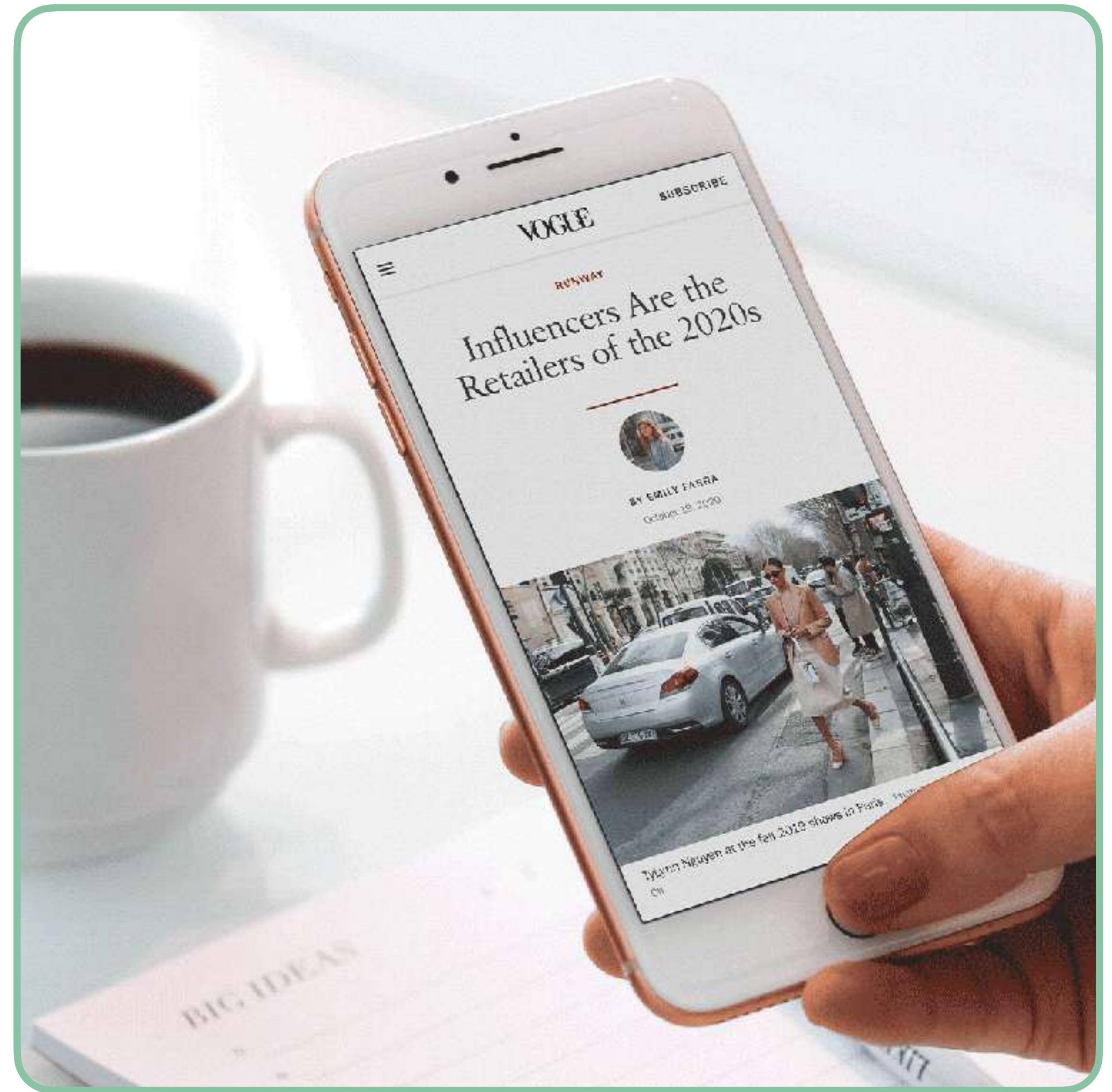
**75%**

LIKEtoKNOW.it

# Creators como os novos varejistas

Os influenciadores são o novo formato de **catálogo de marcas**, com um volume imenso de **inspiração**, tornando o caminho para o consumidor ainda mais fácil. Consumidores preferem se relacionar com pessoas, do que com corporações.

**Mover produtos e impulsionar vendas se tornaram as habilidades mais valiosas de um influenciador.**



Se comparados à uma grande varejista, influencers possuem uma cartela mais extensa de marcas, com alto volume de conteúdo sobre os produtos.



CRITIC'S NOTEBOOK

# Celebrity Culture Is Burning

The pandemic has disrupted relations among the masses, the elites and the celebrities who liaise between them.



# CRIADORES COMO GUIAS



# Aumento da relevância de micro e nano influenciadores

*Os reis do engajamento* 

Eles possuem entre 10 mil e 50 mil seguidores, têm taxas de engajamento 40% maiores do que os macro-influenciadores. E o motivo é bem simples: seu senso de comunidade, credibilidade e segurança em relação às opiniões com o público são mais eficazes.

Fonte: FleishmanHillard



@eleburnier



@giuliadiniz

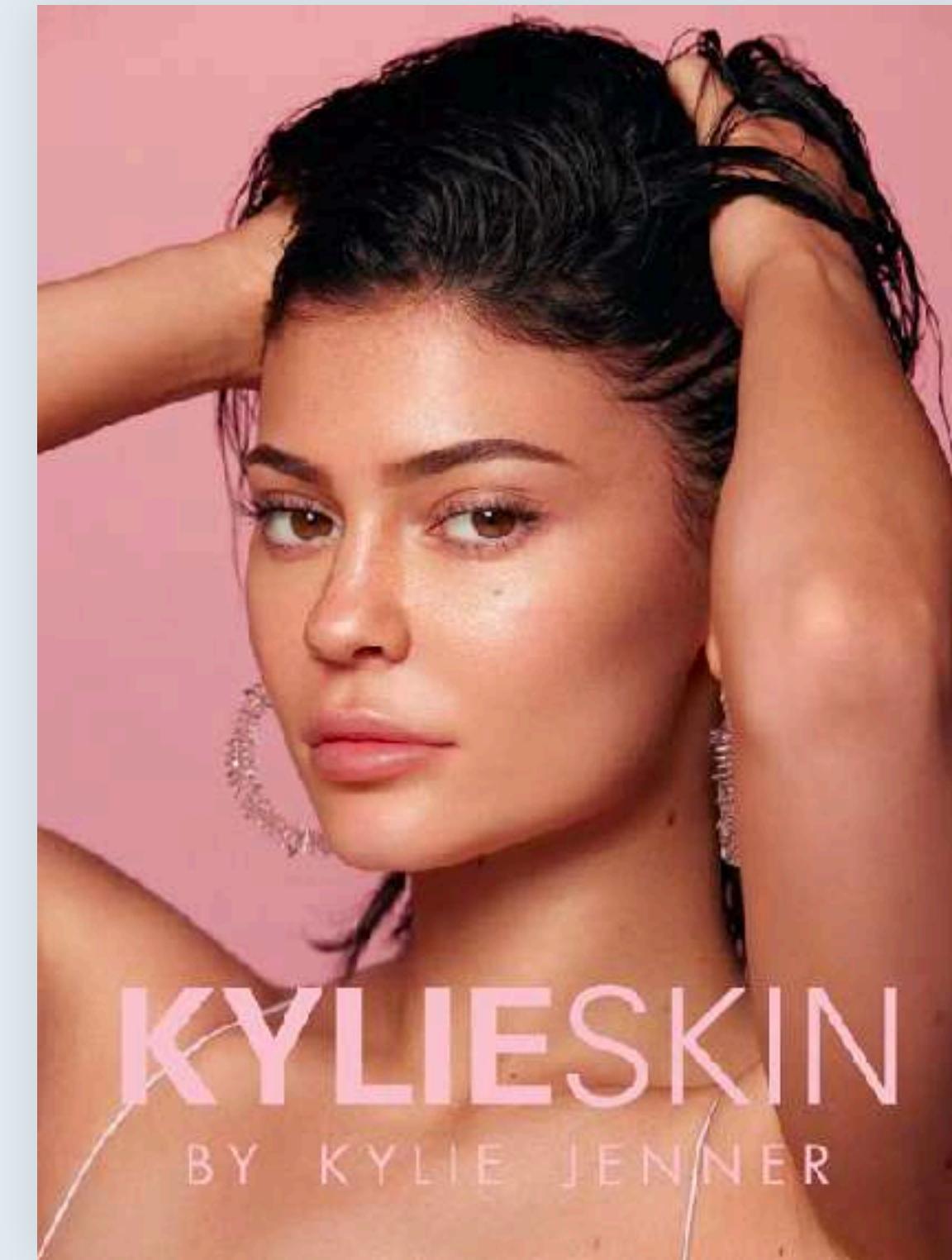


@kamilahhee



@camilapegorer

A influência do Criador de conteúdo transcende os algoritmos e redes sociais.

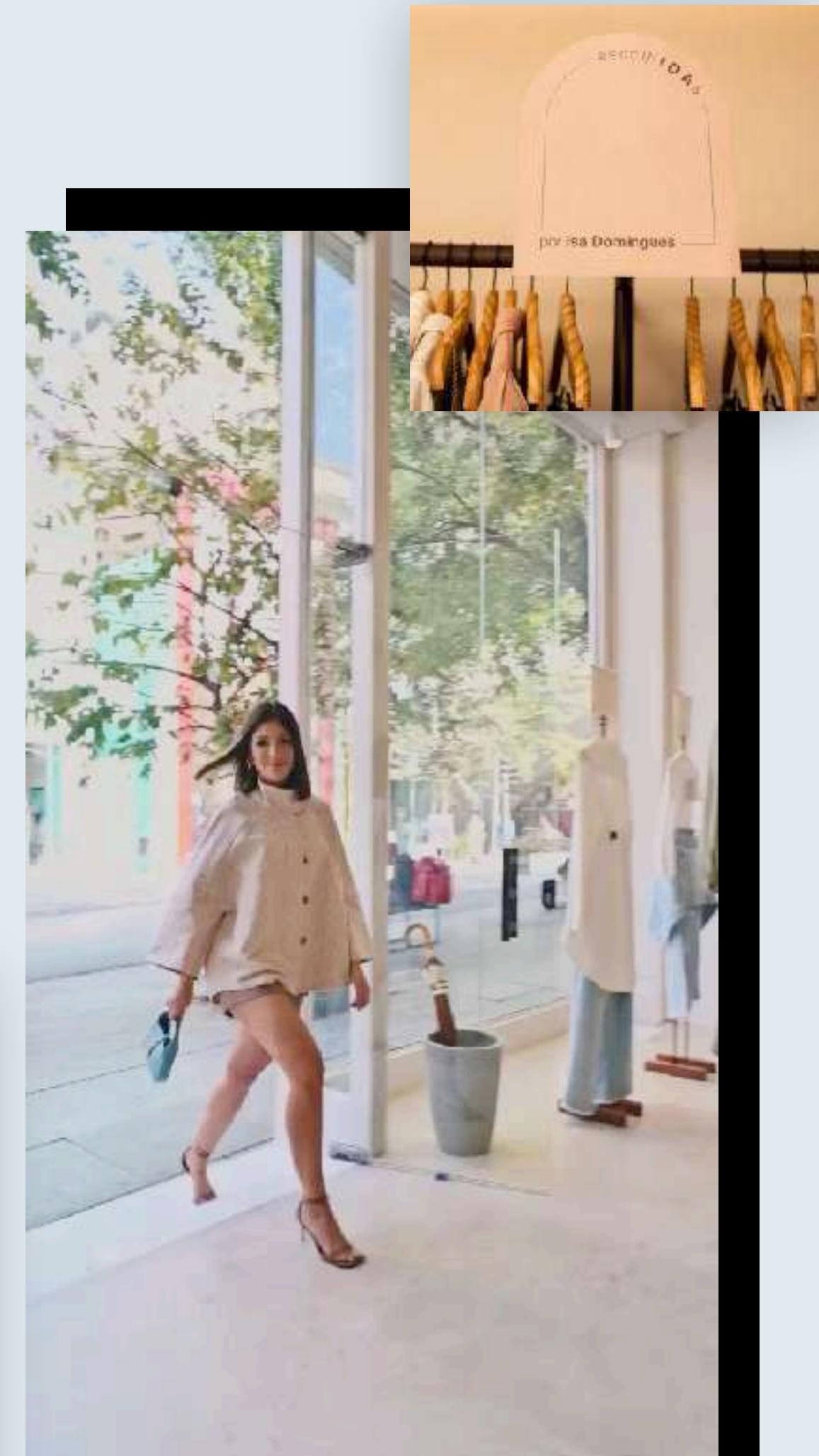
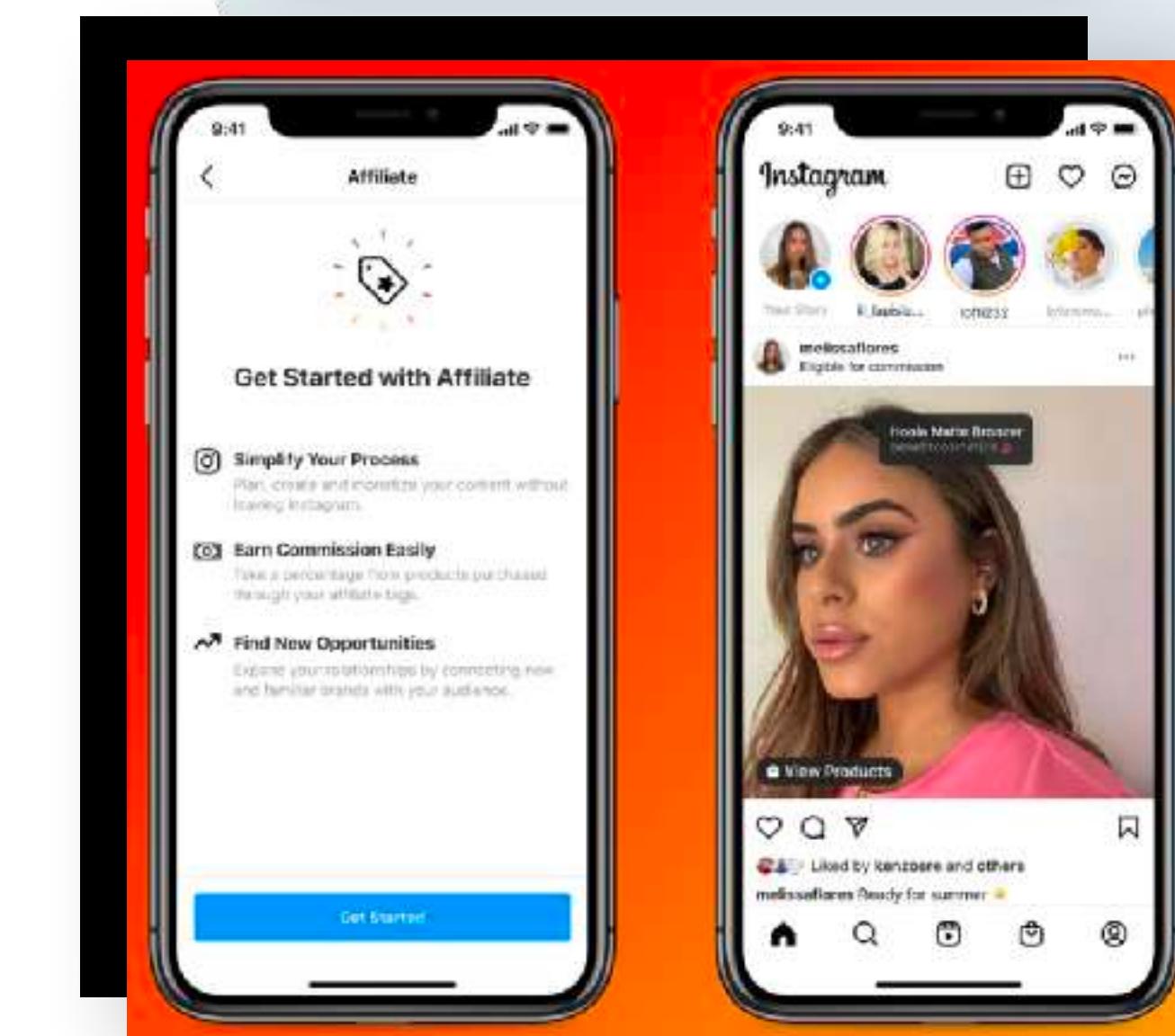
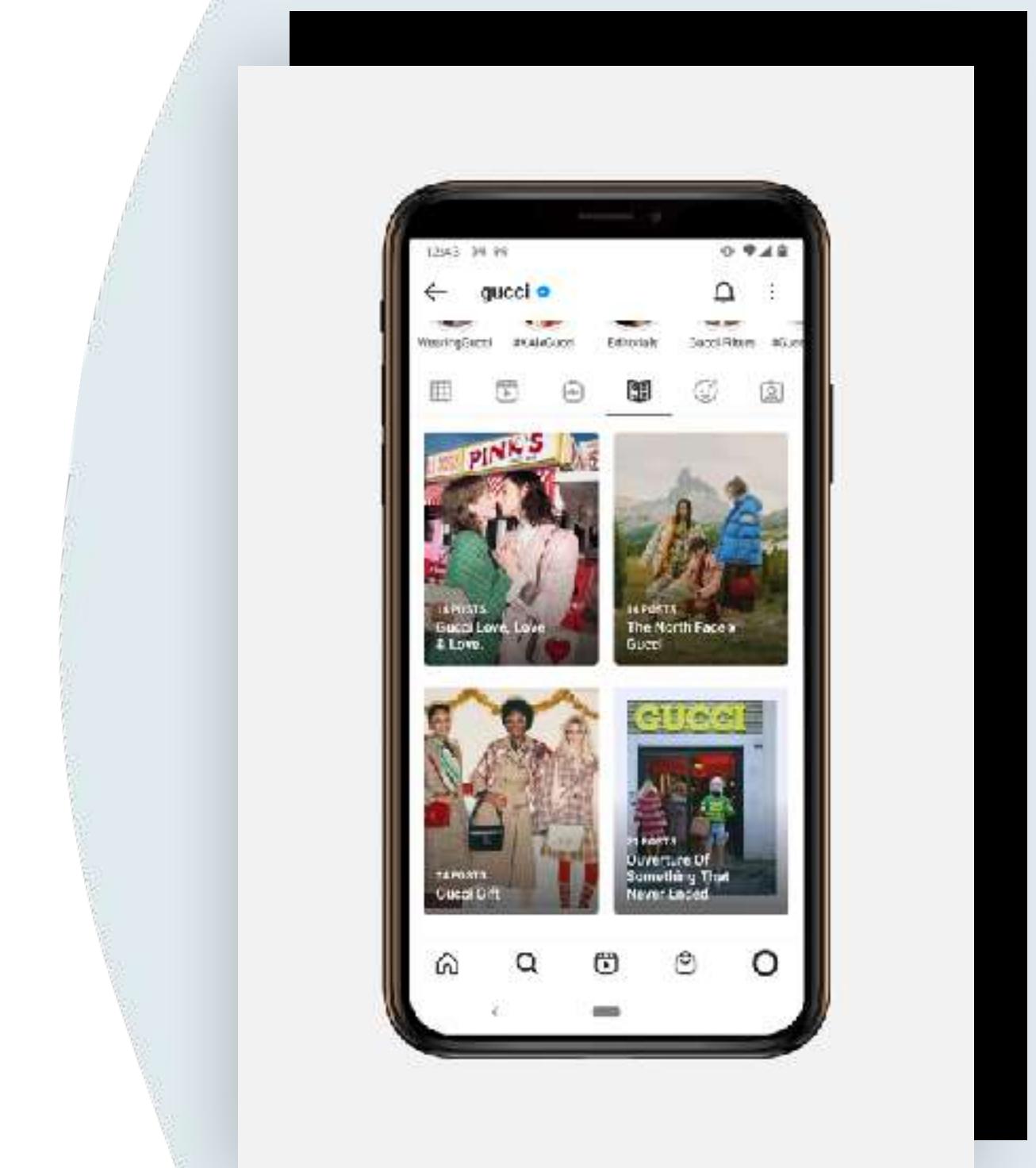


substack



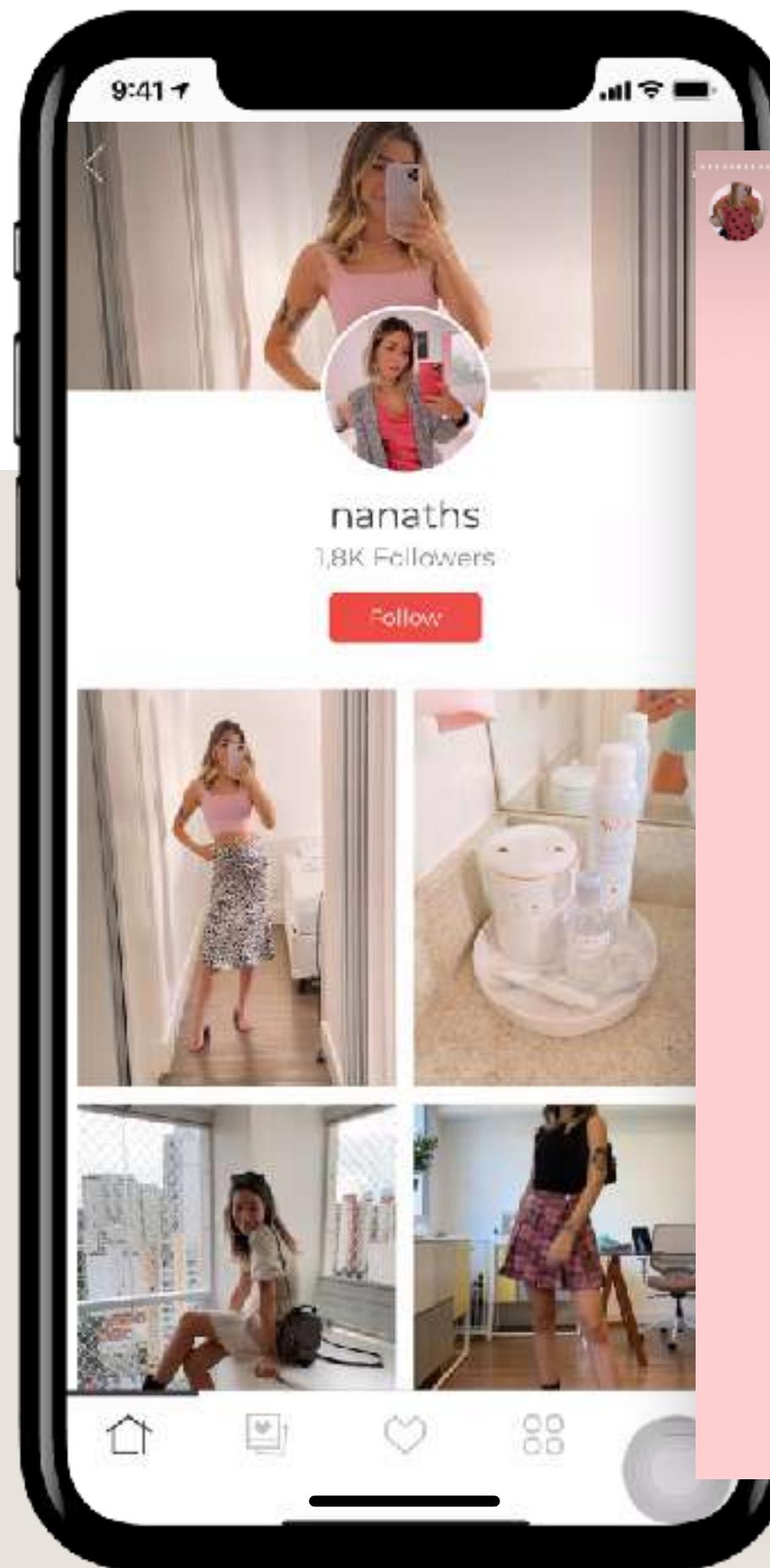
# Compras por meio da curadoria em ambientes digitais

- Marcas e plataformas se apoiam na curadoria, como exemplo o recurso de guias do Instagram, que permite usuários a agregarem conteúdo de outros feeds
- Estão começando a oferecer vitrines com a curadoria de influenciadores, treinando os consumidores a iniciarem a jornada de compra pelos seus canais
- Com a curadoria de influencers, é possível comprar absolutamente tudo que usam nas suas vidas. Resultando em maiores oportunidades de relacionamento e vendas.



# Hoje, Criadores possuem a habilidade de monetização das suas vidas

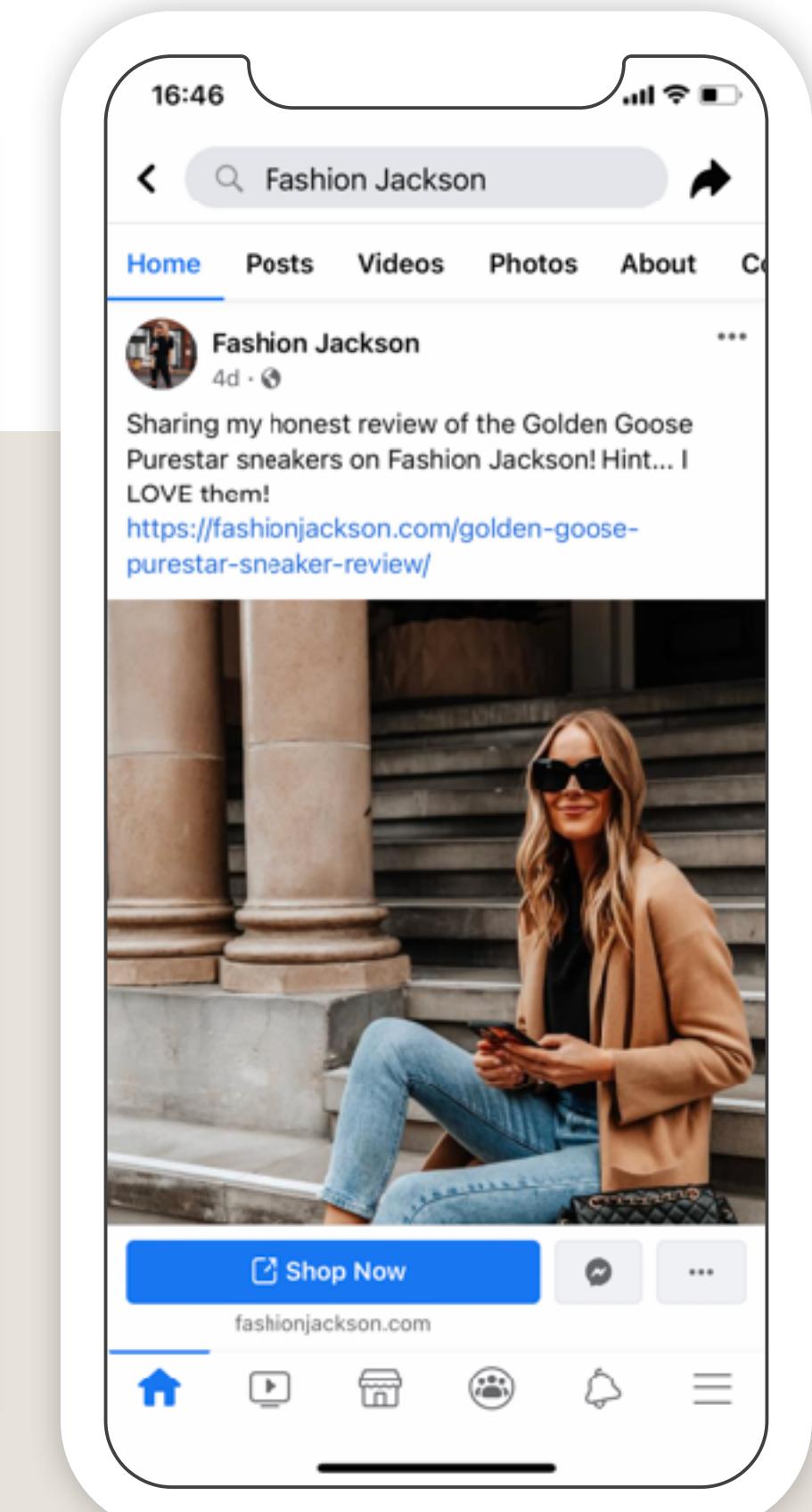
Tecnologias e funcionalidades que permitem a compra de qualquer produto indicado por influencers



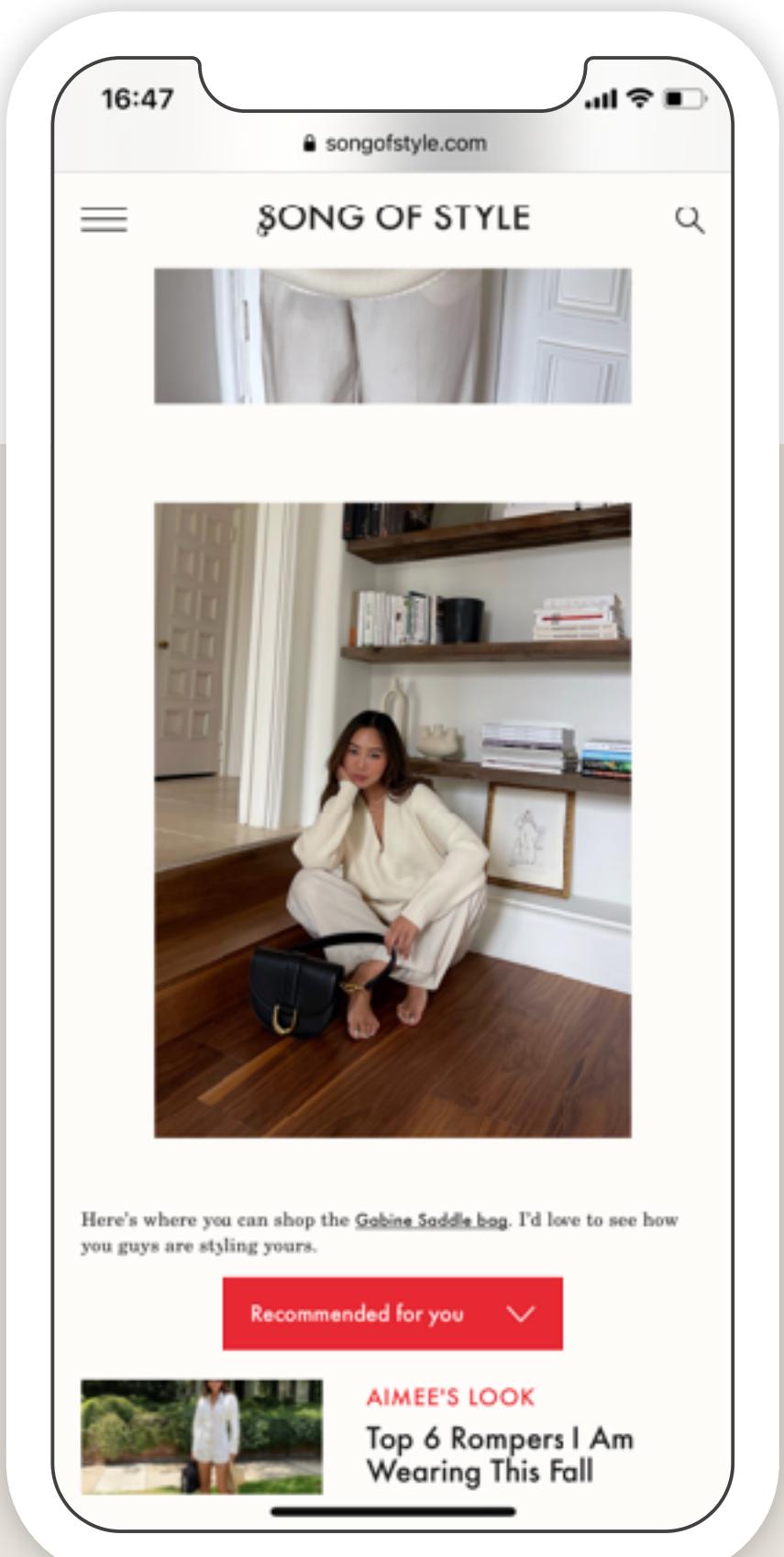
INSTA STORIES



YOUTUBE



FACEBOOK



BLOG & NEWSLETTERS

Como criamos  
o Creator Commerce



## BY A CREATOR, FOR CREATORS

A LTK capacita influenciadores digitais premium de lifestyle do mundo inteiro, a alcançarem o máximo do sucesso financeiro, fornecendo um ecossistema de tecnologia inovadora, consultoria de crescimento estratégico e oportunidades de parcerias de marcas globais.

**\$10B**

Vendas impulsionadas  
desde 2011

**+150K**

Criadores

**+1M**

De Marcas

**9M**

Consumidores  
no LTK App



## HISTÓRIA

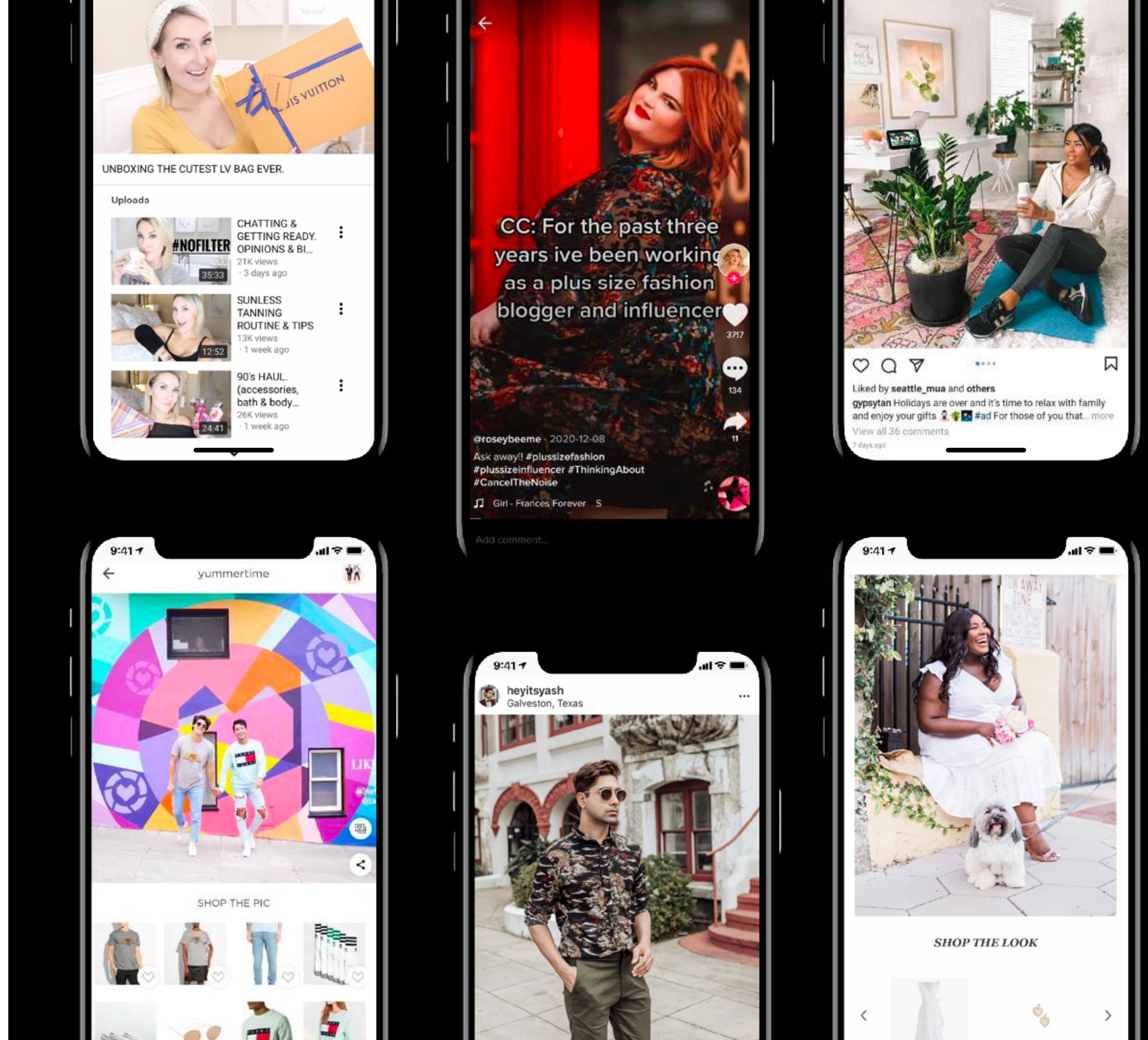
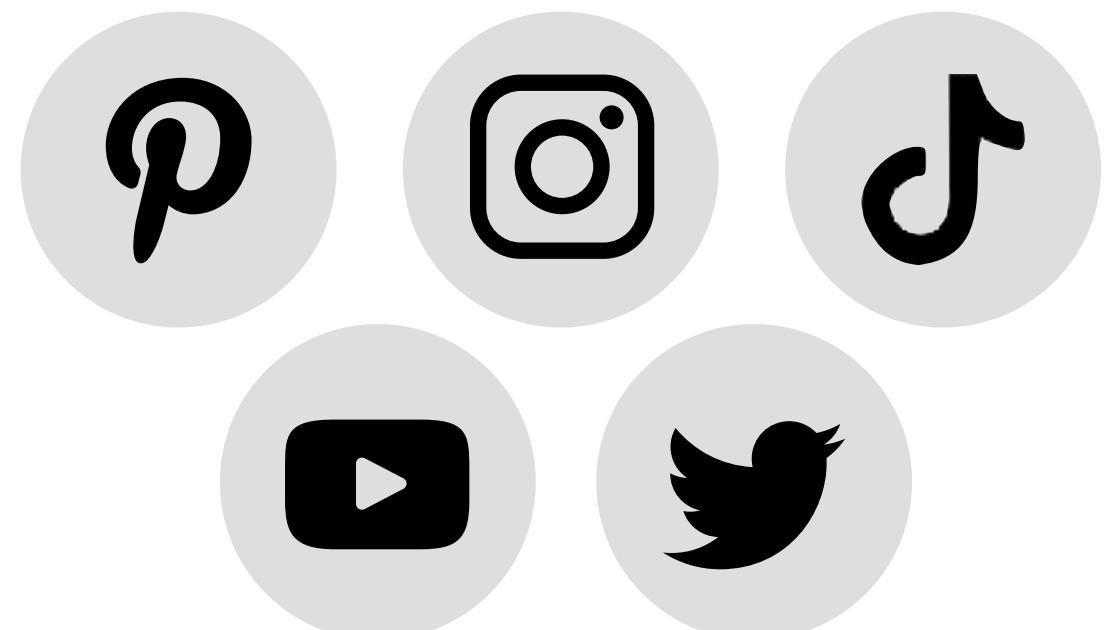
A rewardStyle foi fundada em 2011 por Amber Venz Box, blogueira na época, e seu então namorado engenheiro, Baxter Box.

Amber percebeu ela era capaz de gerar vendas que poderia monetizar todo o seu conteúdo digital.

Junto com Baxter, ela criou a rewardStyle/LTK, uma empresa que fornece links rastreáveis e a tecnologia para que influenciadores globais impulsionem vendas em um modelo comissionado.

# Monetização em todas as plataformas

Criadores de todas as categorias e plataformas usam a LTK para monetizar seu conteúdo

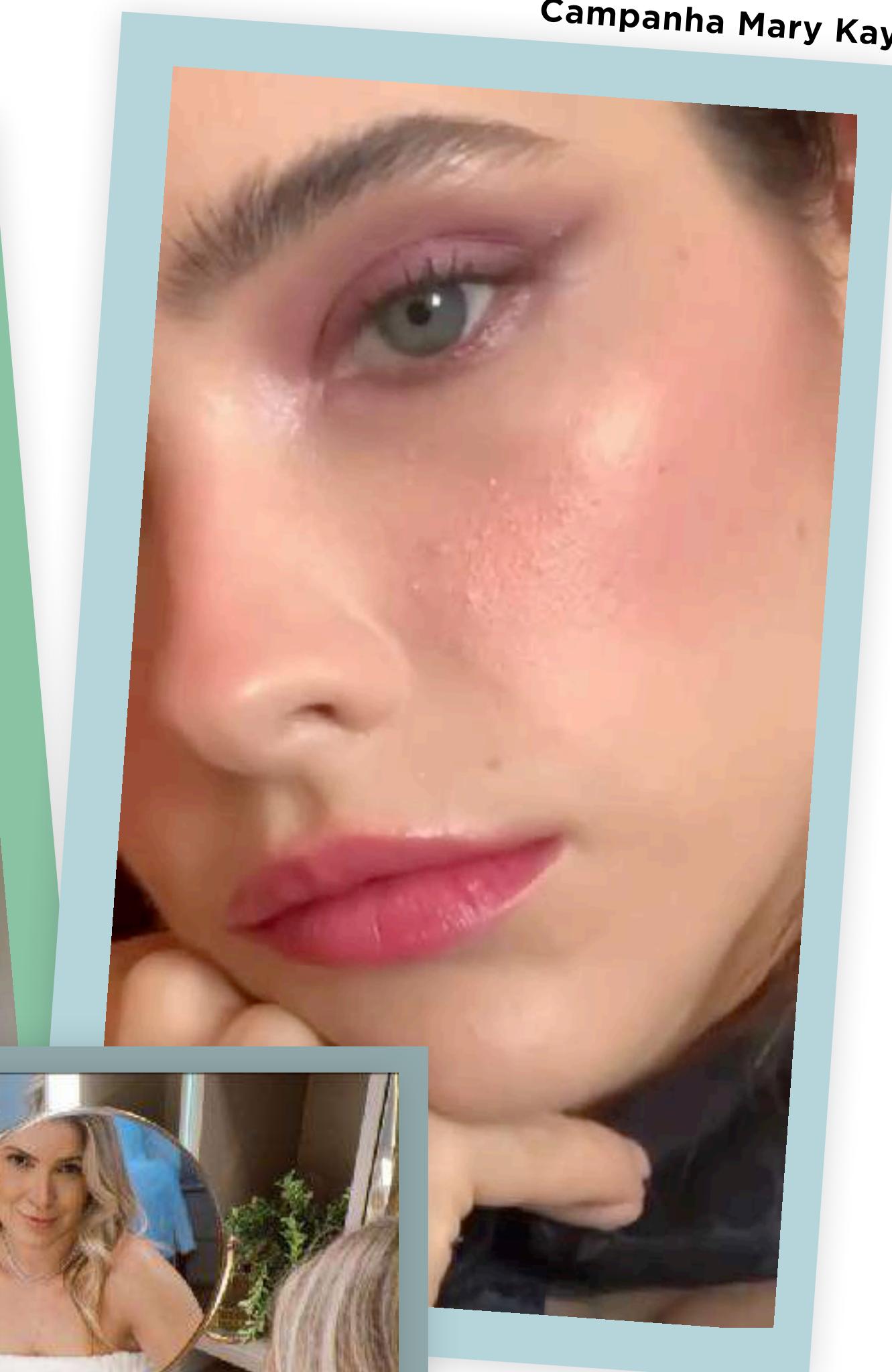
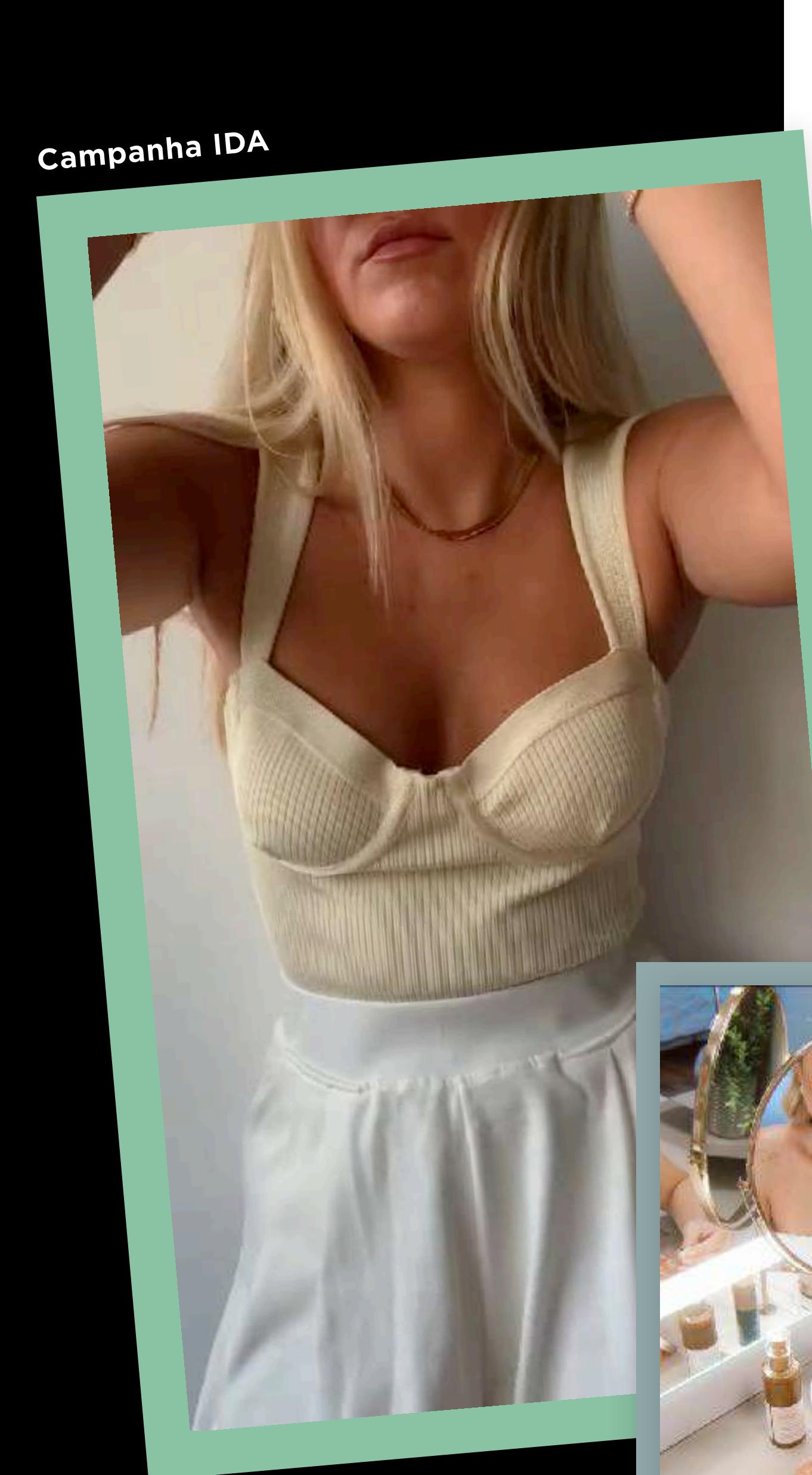


## PERFORMANCE

## Campanhas publicitárias com influenciadores

Como a primeira e maior plataforma de influenciadores, as marcas trabalham com a LTK para executar campanhas voltadas para a awareness e desempenho. Nossos algoritmos de rastreamento e dados de vendas de mais de 10 anos, permitem que nossa equipe de especialistas indique o influenciador certo para atingir seus objetivos de marketing.

Campanha IDA



Campanha Biossance

Tripliquamos o número  
de campanhas pagas  
com Creators e marcas  
na LTK em 2021



@festeves, @nahcardoso, @raissasantana, @luizatardin

## CONSULTORIA ESPECIALIZADA

# Consultoria para influenciadores

Temos um time 100% dedicado à desenvolver mais de 150k criadores parceiros, para que atinjam o máximo de sucesso financeiro.

Apenas no ano passado, nossa rede impulsionou gerou mais de \$10 bilhões em vendas desde seu lançamento.

Hoje, aceitamos apenas 10% das candidaturas de pessoas que se inscrevem para a LTK.



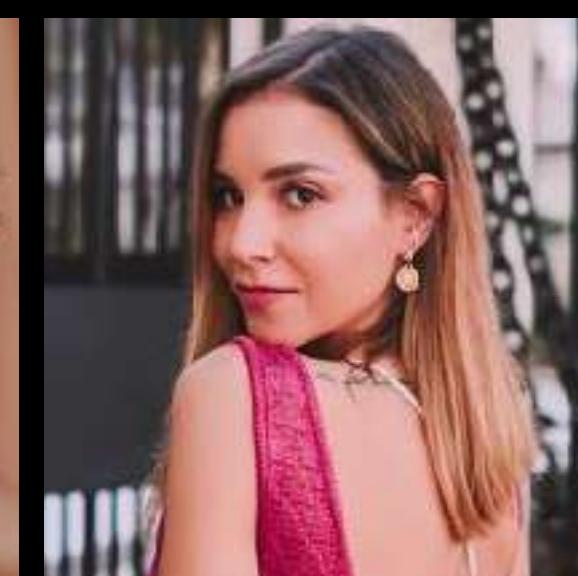
INSTAGRAMMERS



BLOGGERS



REVISTAS TRADICIONAIS



MODELOS



ATRIZES E ATORES

CELEBRIDADES

PINNERS



## Já são mais de 160 milionárias na LTK

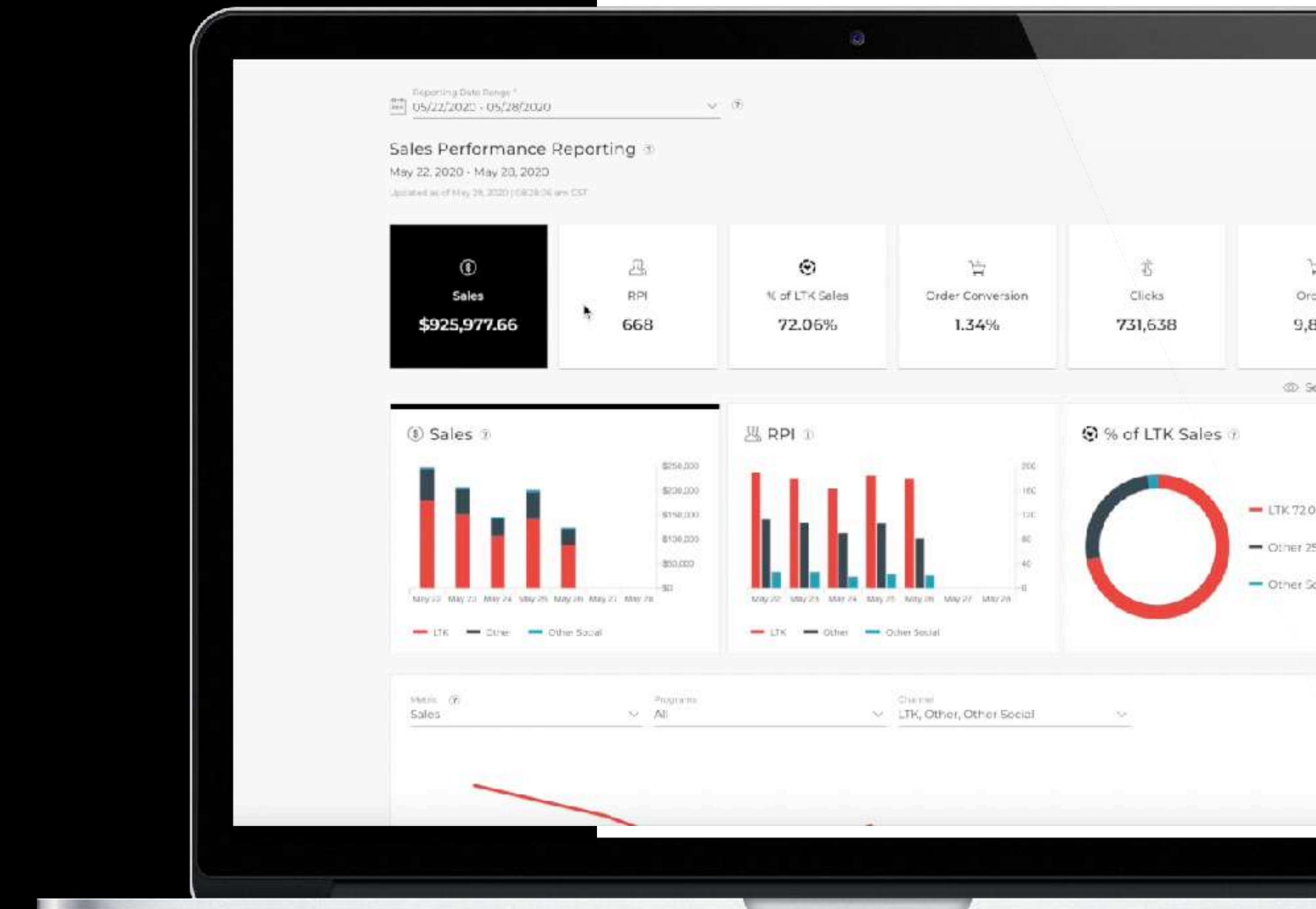
Mulheres que foram empoderadas pelas ferramentas da plataforma,  
construindo seu negócio com a gente.



## Estímulo de vendas online e resultados mensuráveis

As marcas da LTK ficam disponíveis para mais de 100k criadores do mundo todo, para conteúdos compráveis e de alta qualidade, nas maiores redes sociais, blogs e LTK.

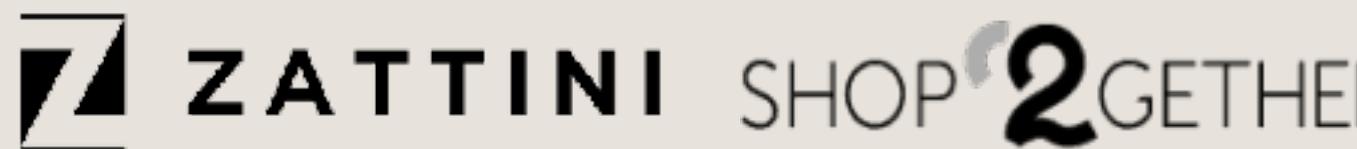
É possível rastrear as vendas impulsionadas, dados de desempenho, conteúdo de influenciadores e engajamento do consumidor.





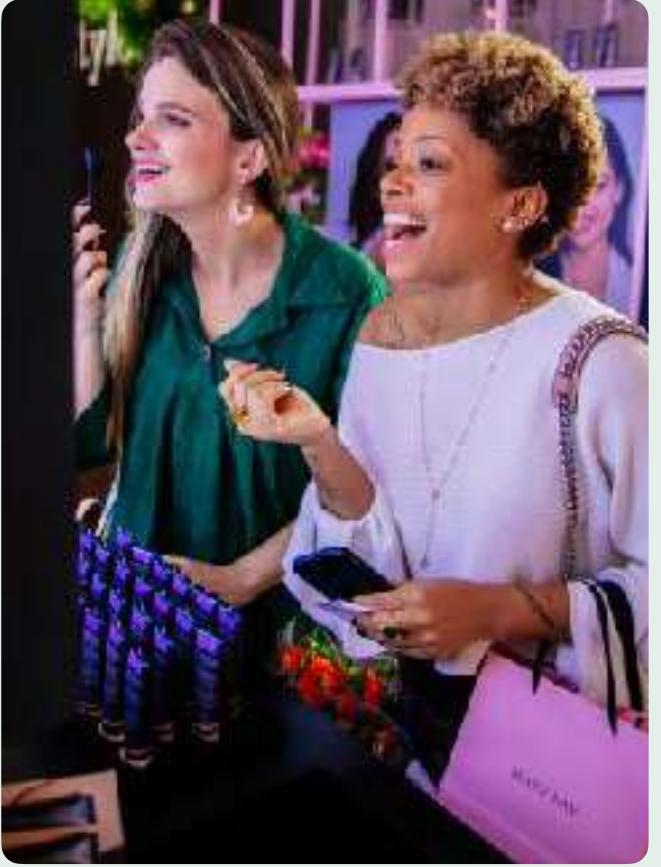
## Marcas Parceiras

A plataforma da LTK te dá acesso a mais de **1 milhão de marcas**.  
Algumas delas abaixo:



## Eventos + Viagens

Oportunidades de experiência de marca, network entre influenciadores e varejistas, criação de conteúdo, e workshops exclusivos com o objetivo de ensino sobre as como ganhar com a plataforma. Hoje, os eventos estão sendo todos digitais.



**Tudo sobre a Black November da AmoBeleza**

Com a participação especial de **Marcela McGowan**

Novembro, 2021

Convidada



**Marcela McGowan**  
Creator

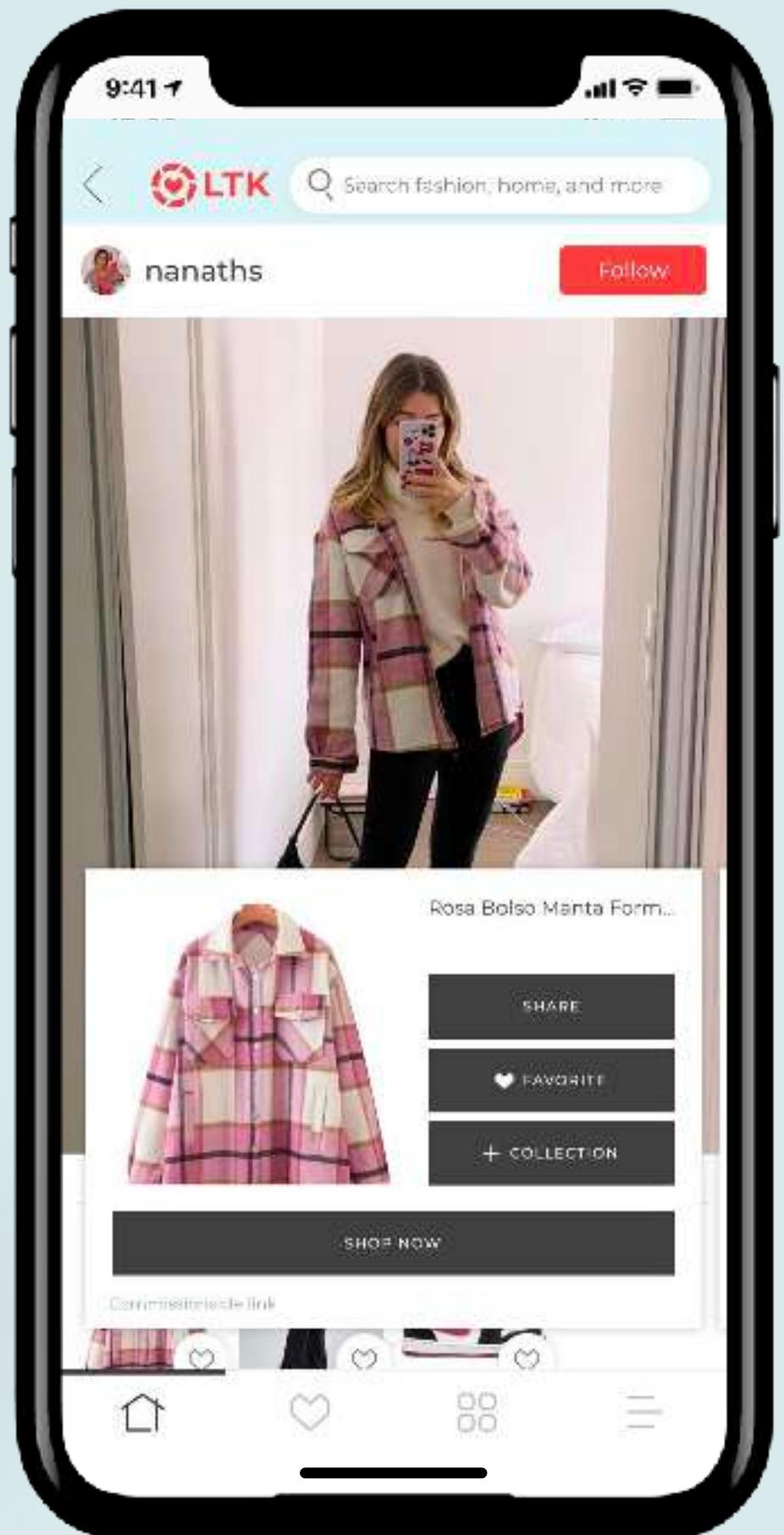
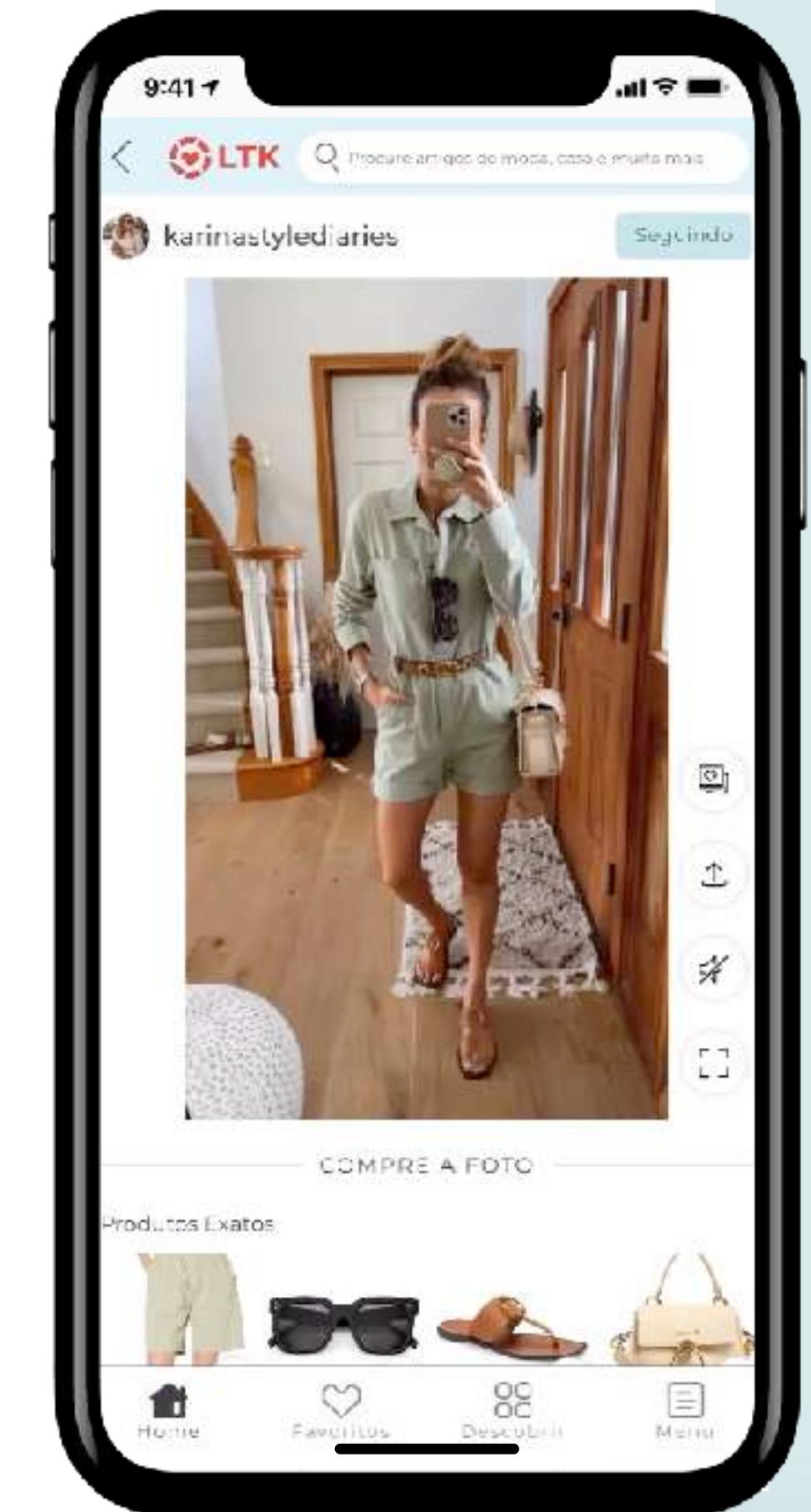


Compre os looks e dicas recomendadas por milhares de creators, stylists e formadores de opinião do mundo todo.

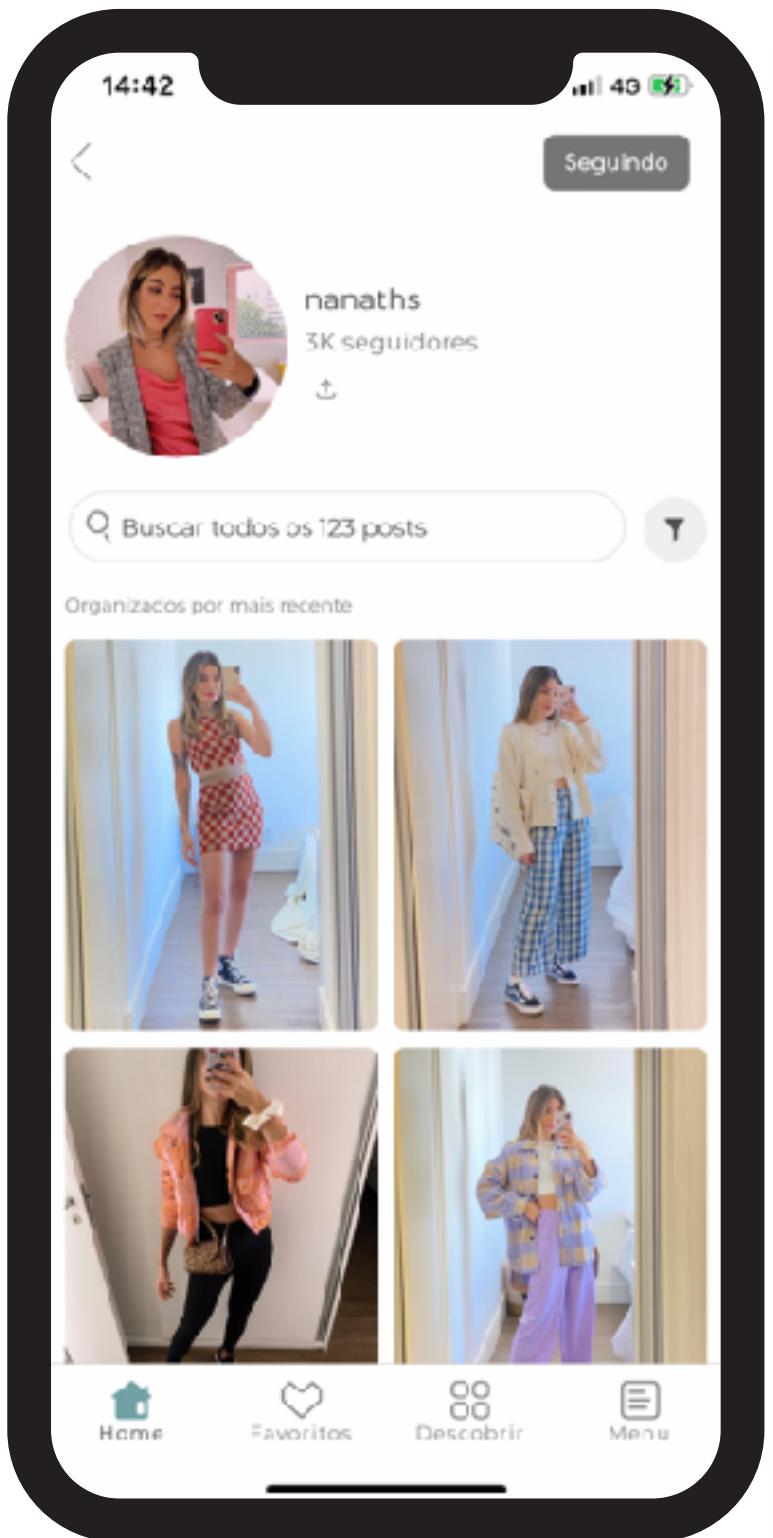
**10M**  
Usuários  
Registrados

**370%**  
Crescimento  
Anual

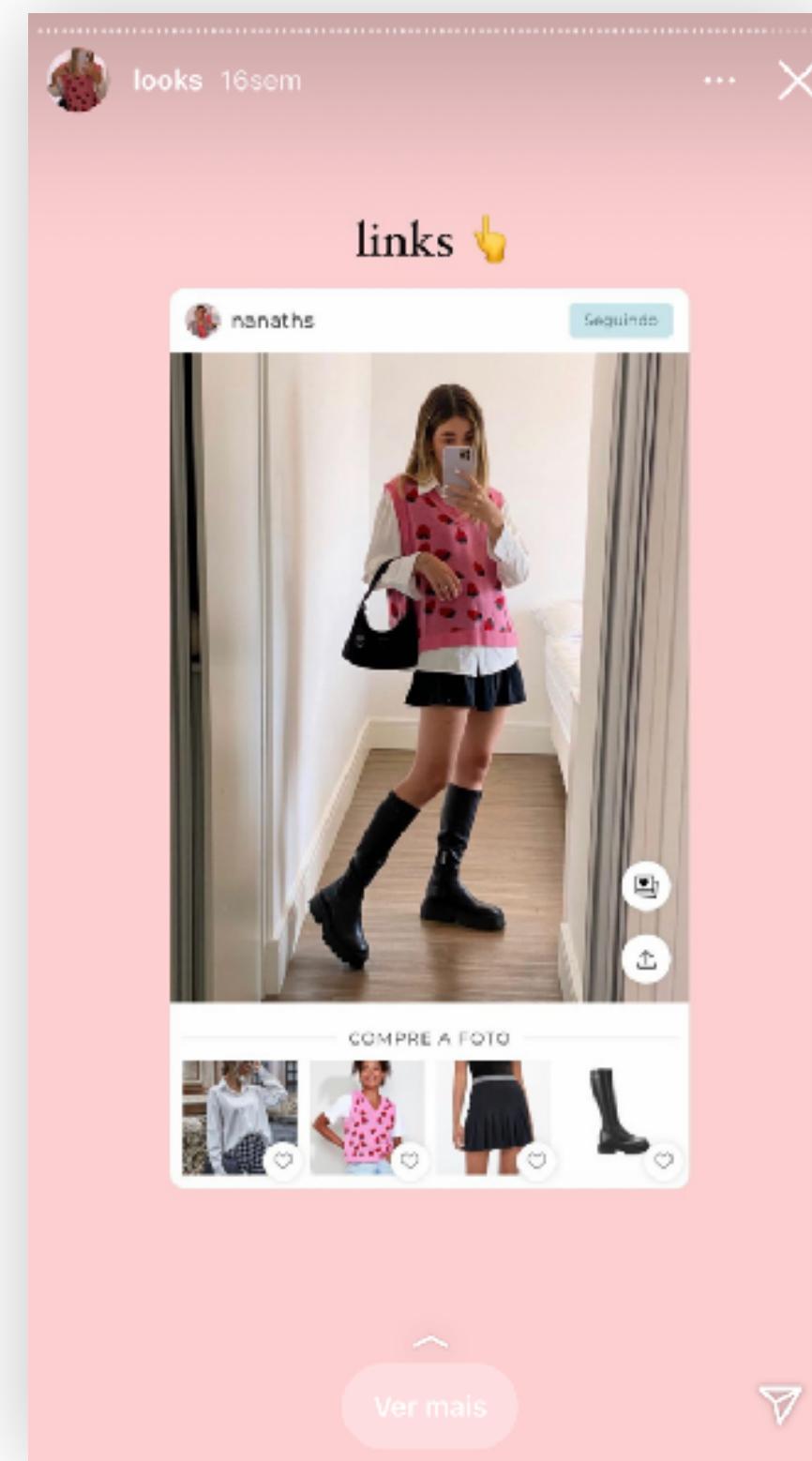
**3.7M+**  
Posts  
Compráveis



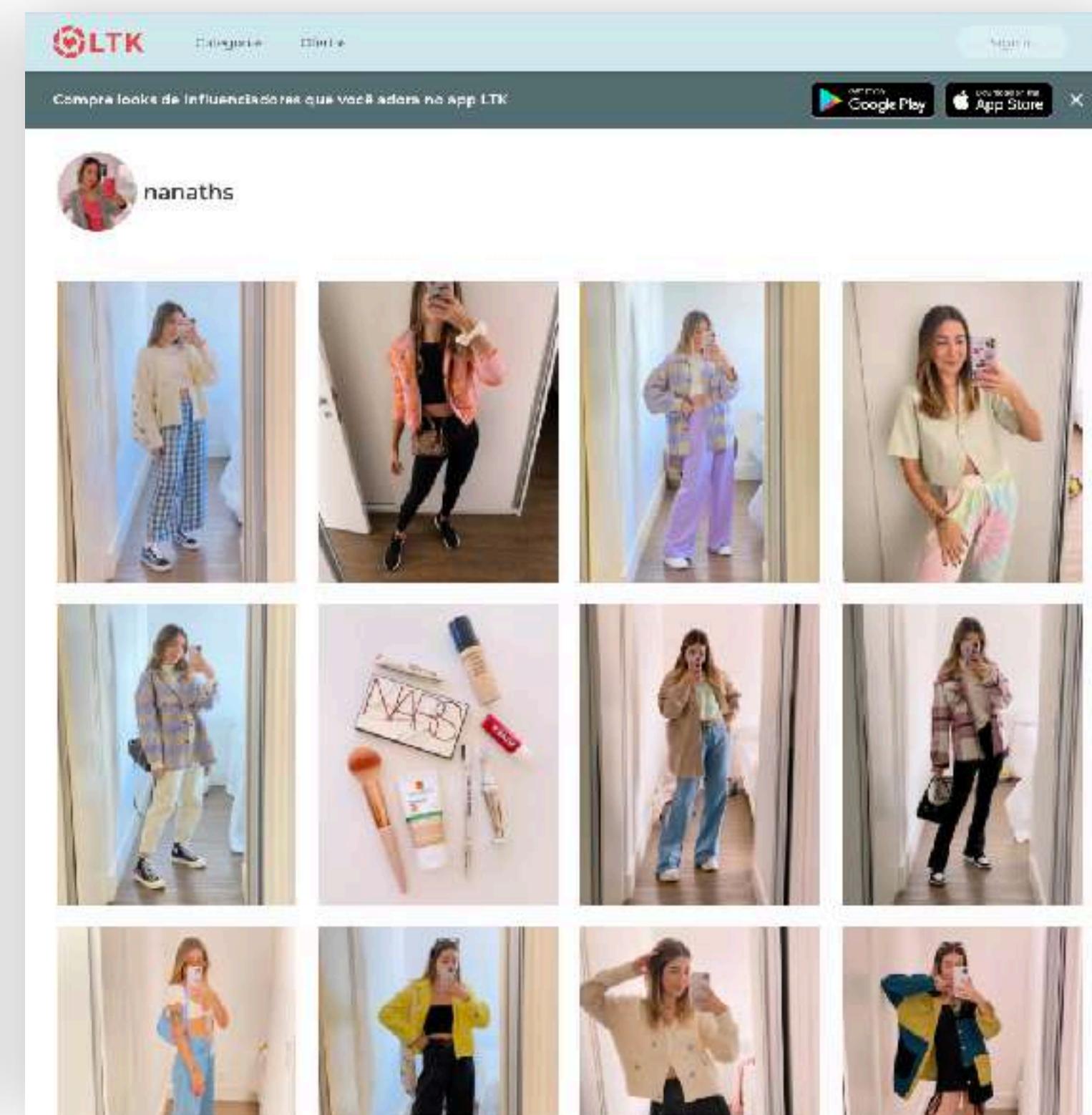
# Como comprar de uma LTK Shop



É possível comprar buscando o nome do Creator no LTK App

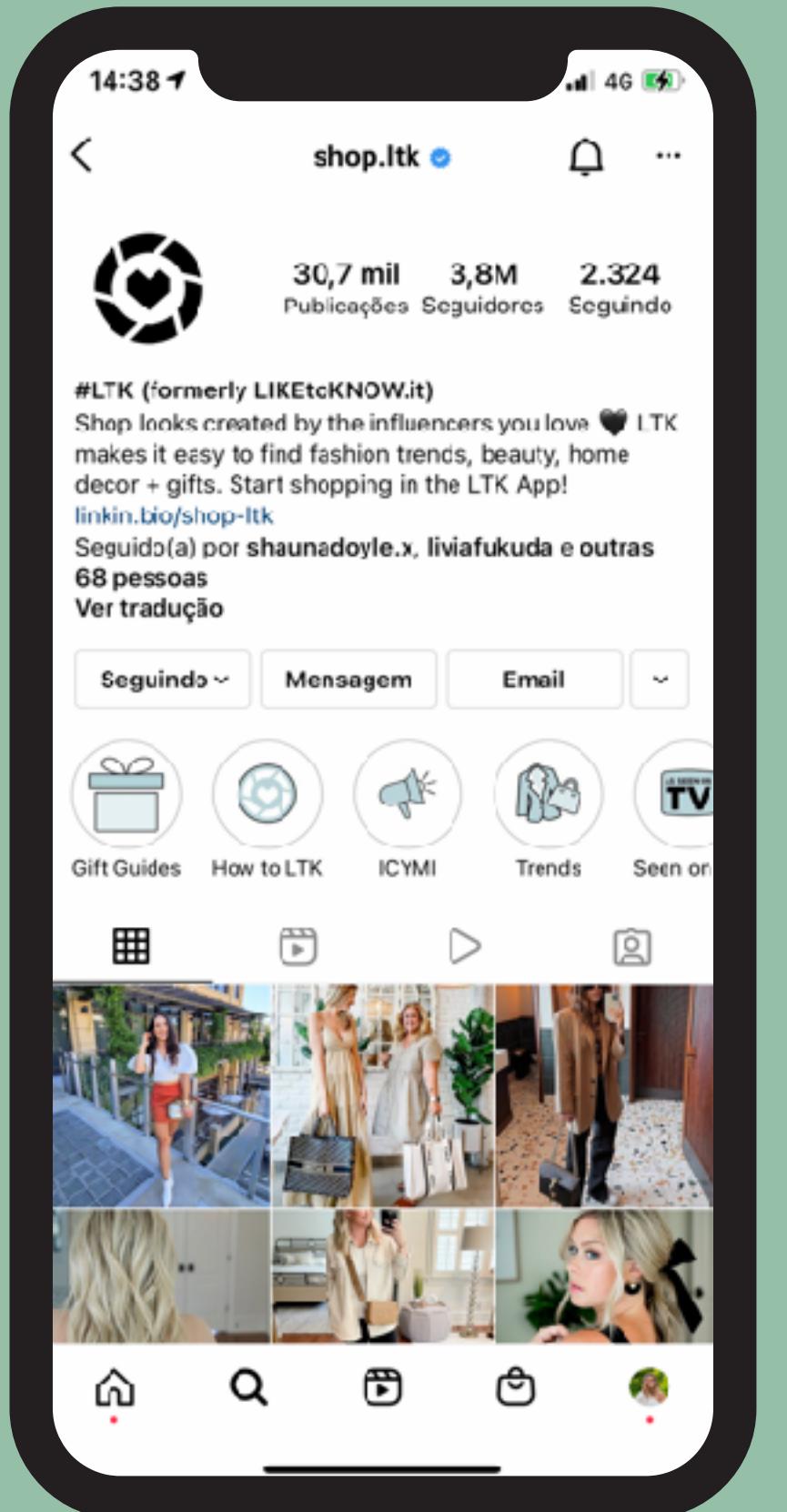


Ou sem ter o app instalado, por meio dos Stories e Link na bio de redes sociais



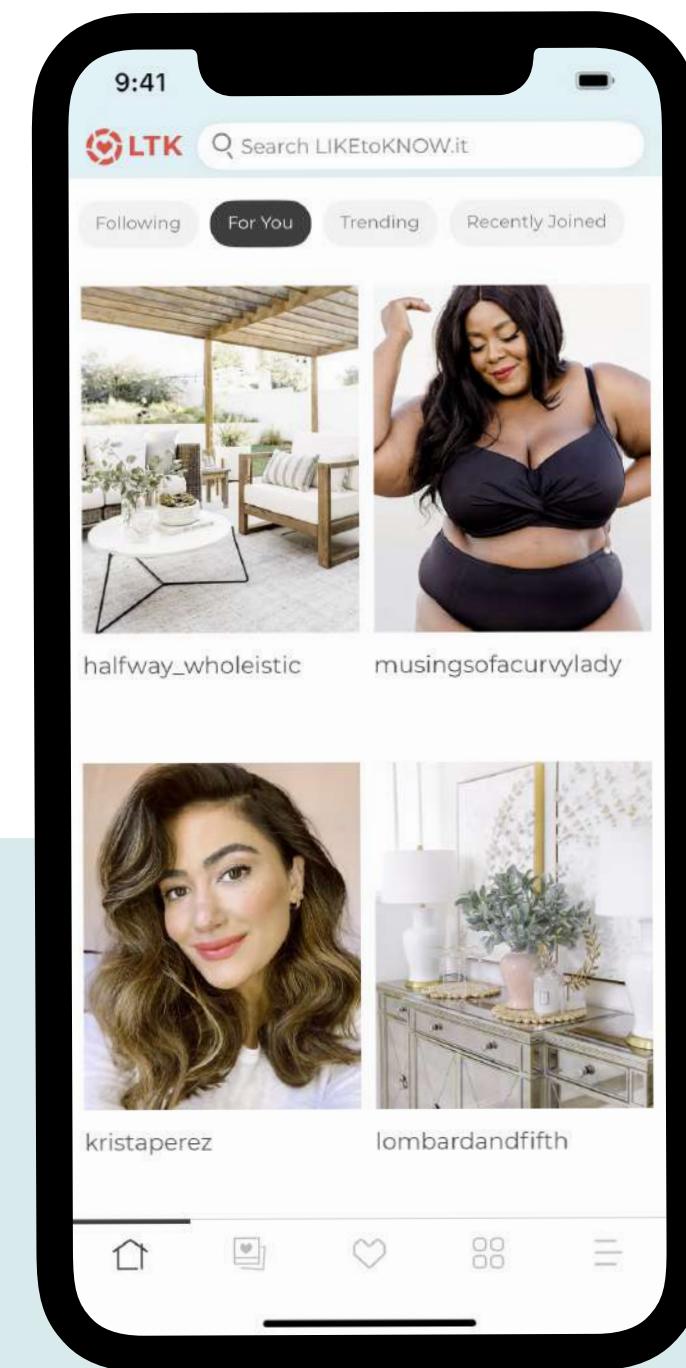
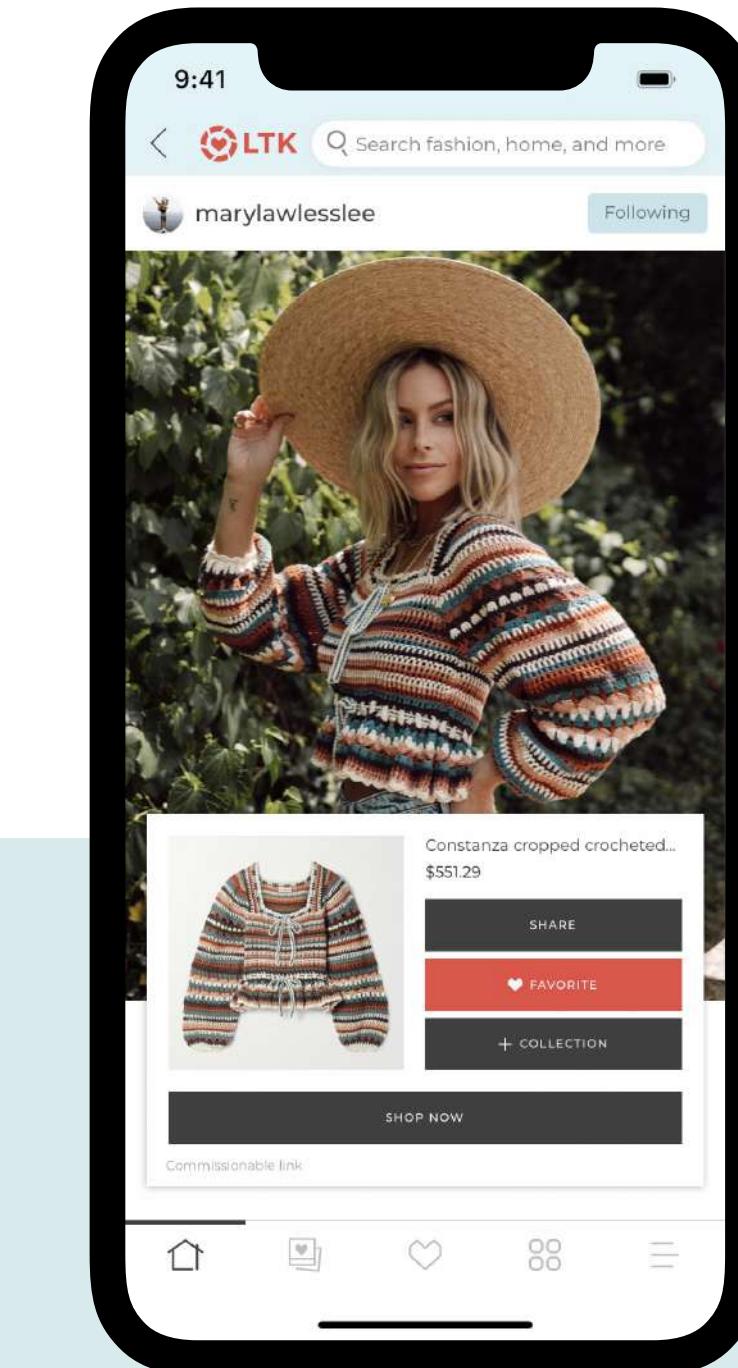
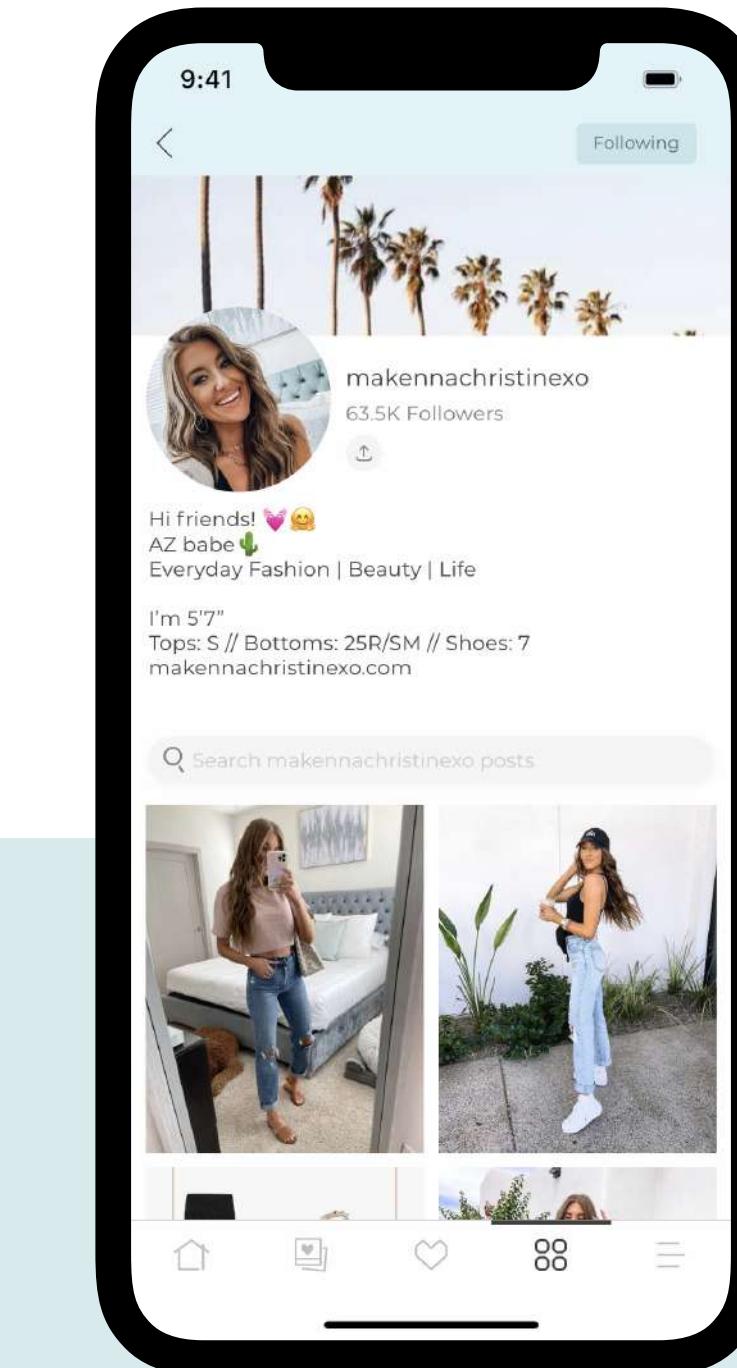
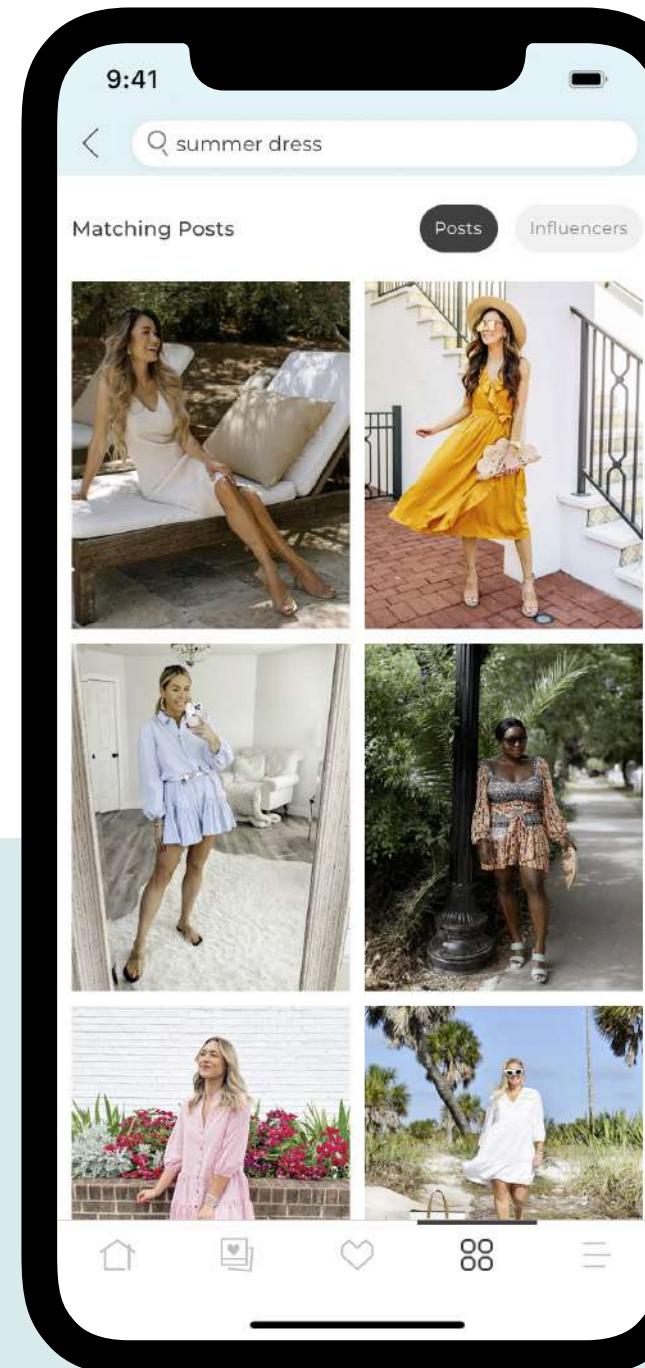
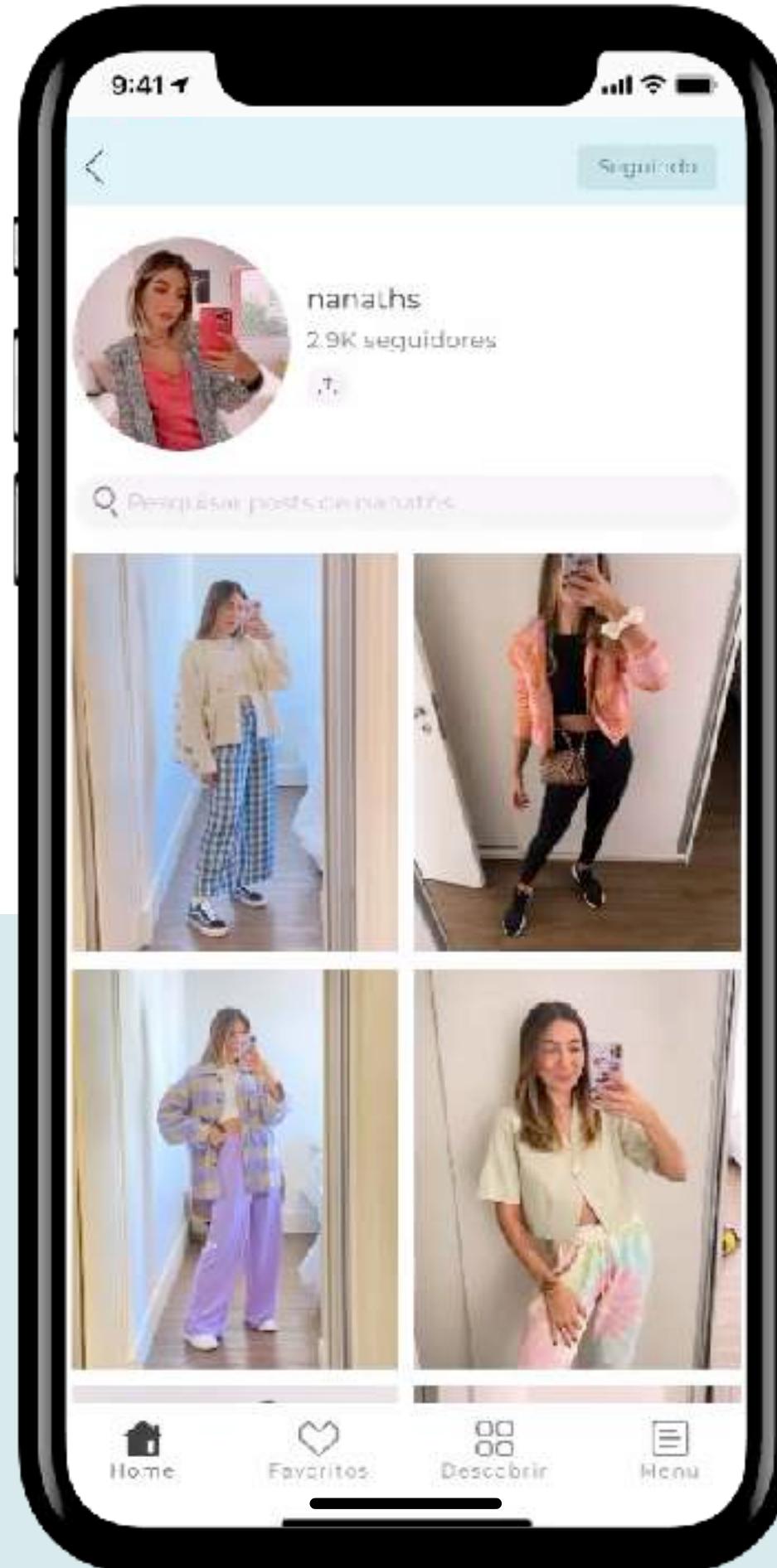
Também, é possível comprar via Desktop

Compras em canais de conteúdo da LTK



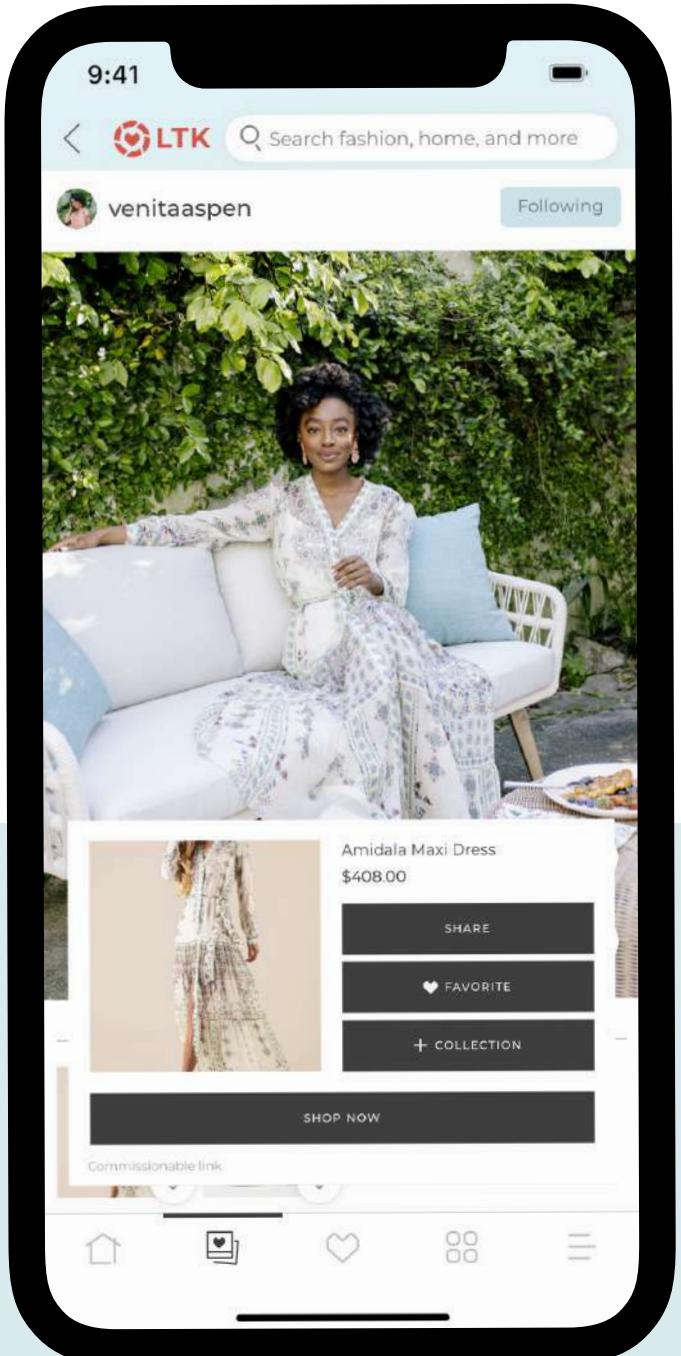
@shop.LTK @LTK.Australia  
@LTK.Brasil @LTK.Family  
@LTK.Home @LTK.Europe

# É o destino único para **comprar**,

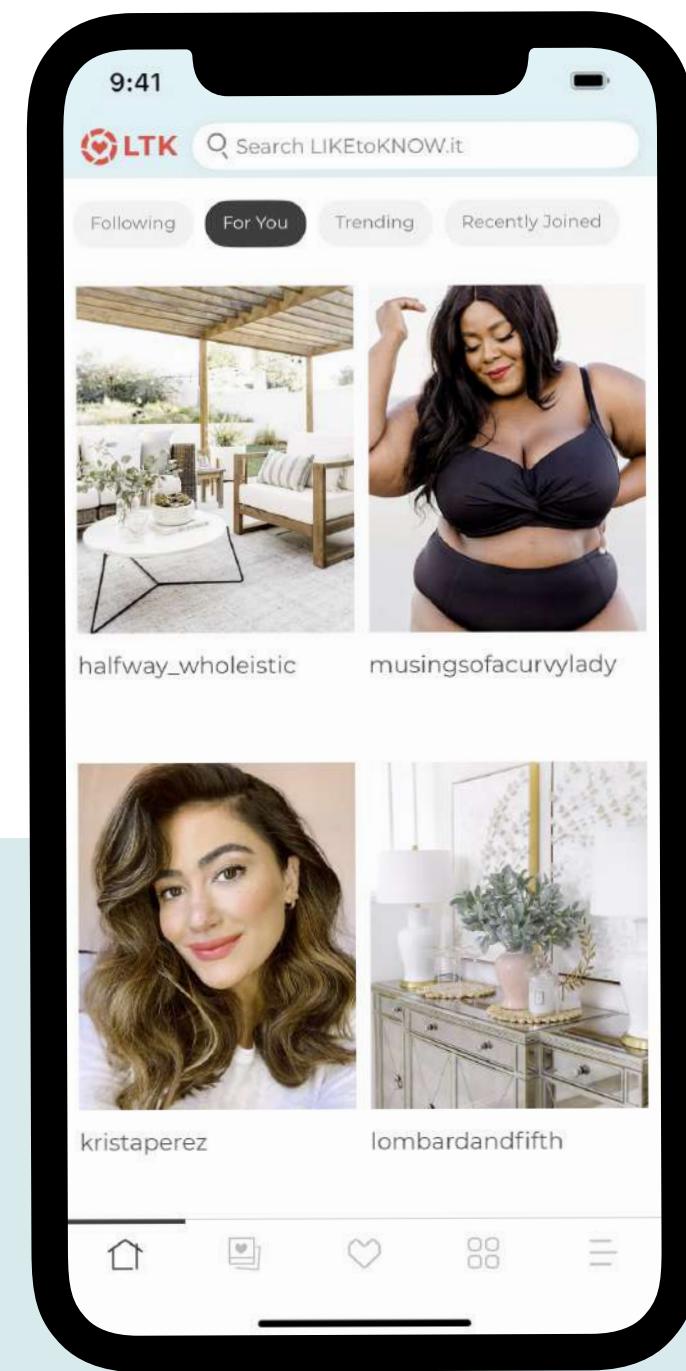
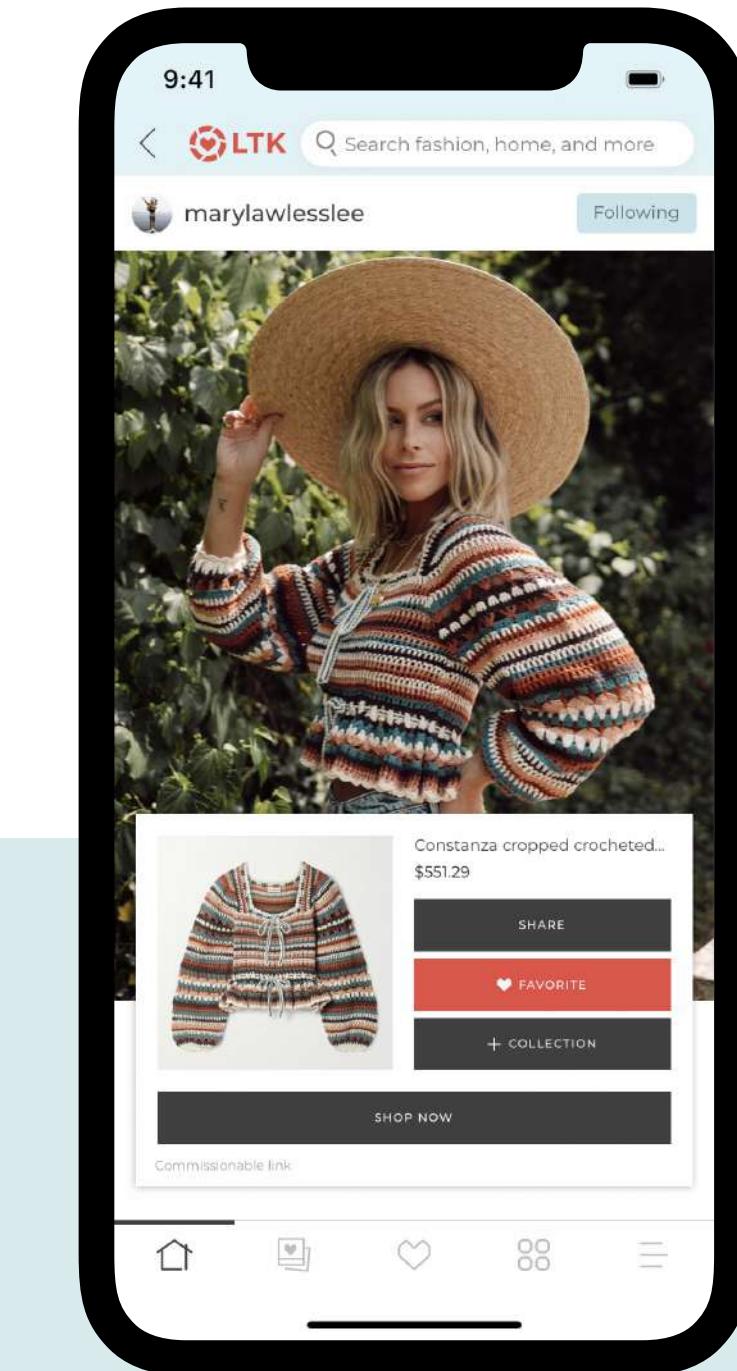
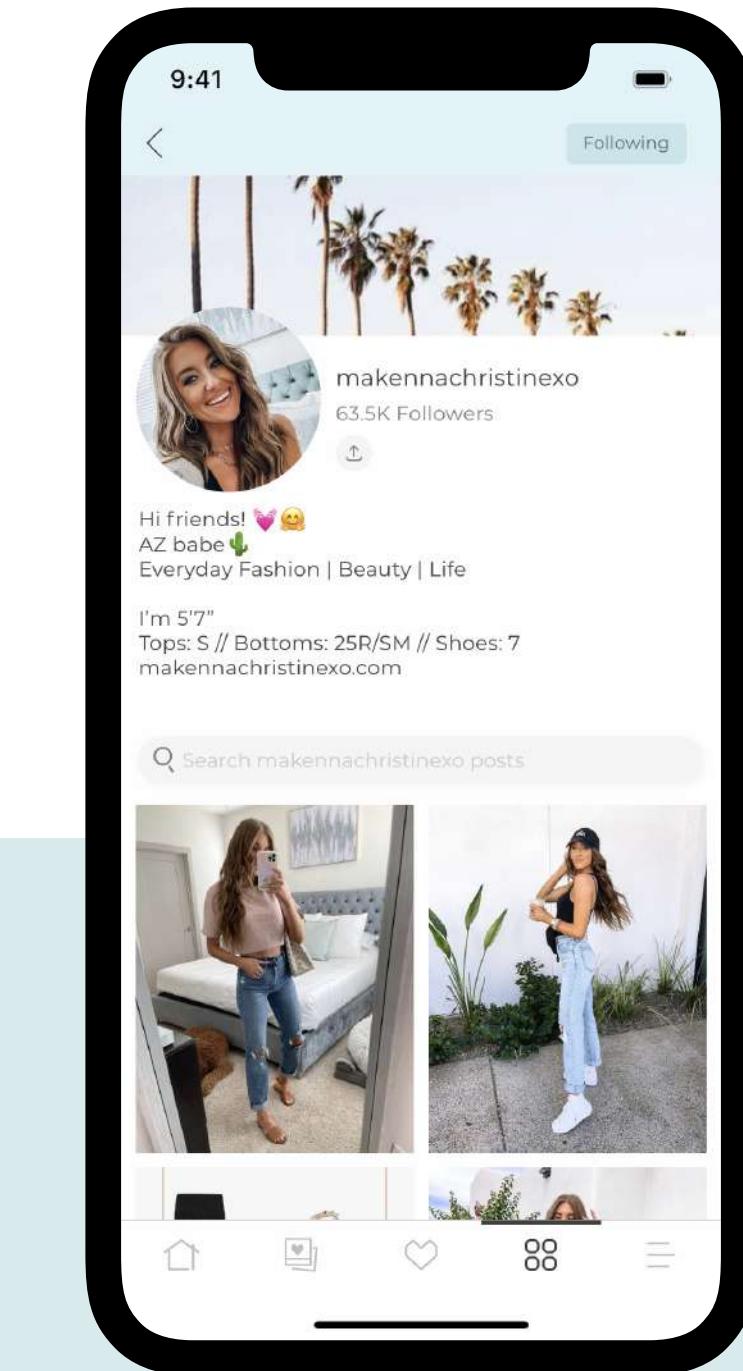
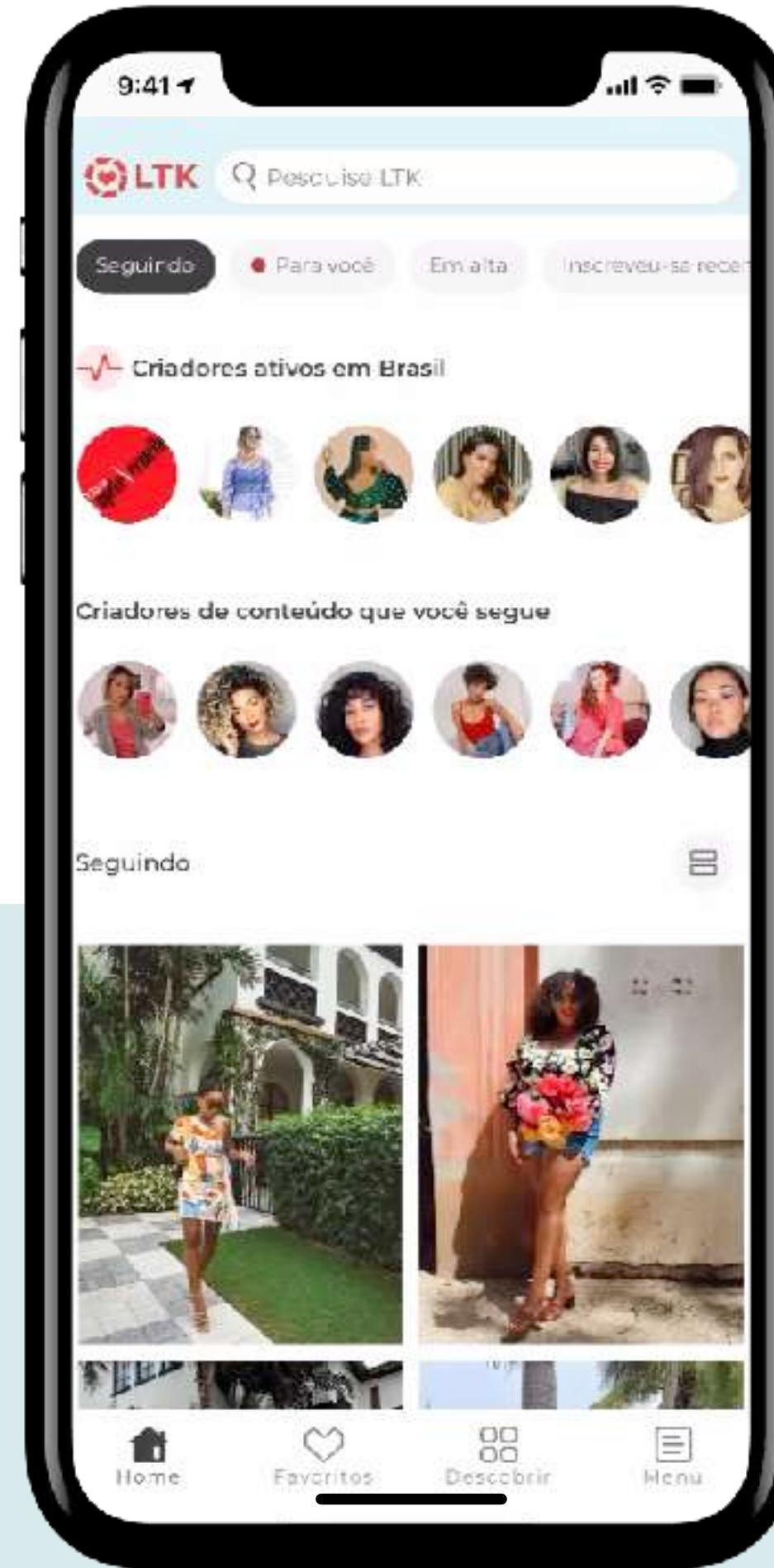


BAIXE AQUI!

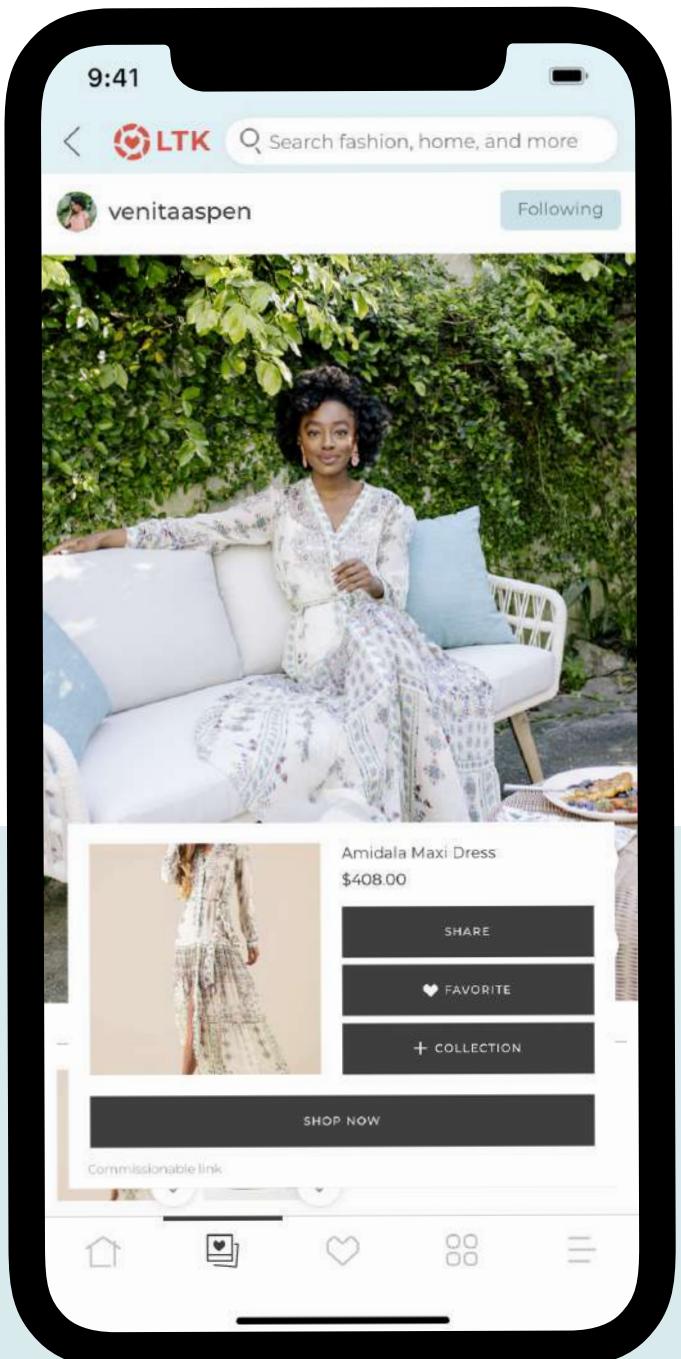
# É o destino único para **buscar**,



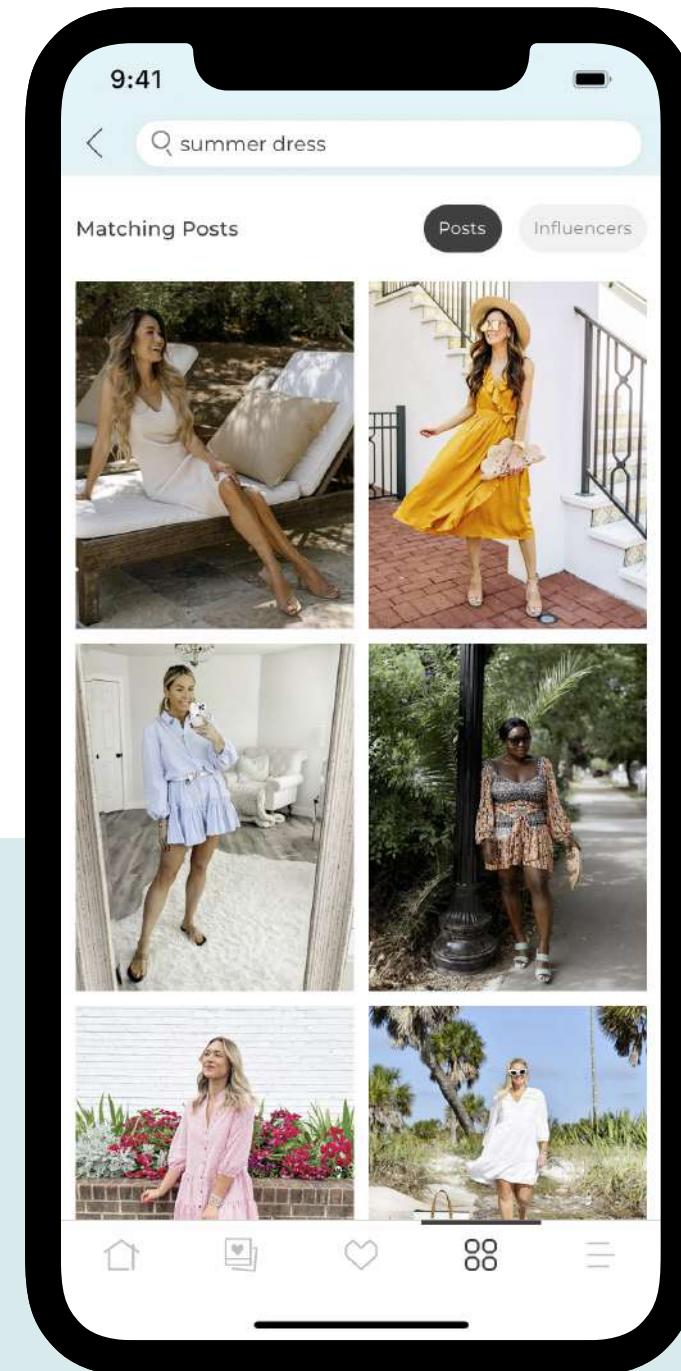
COMPRAR



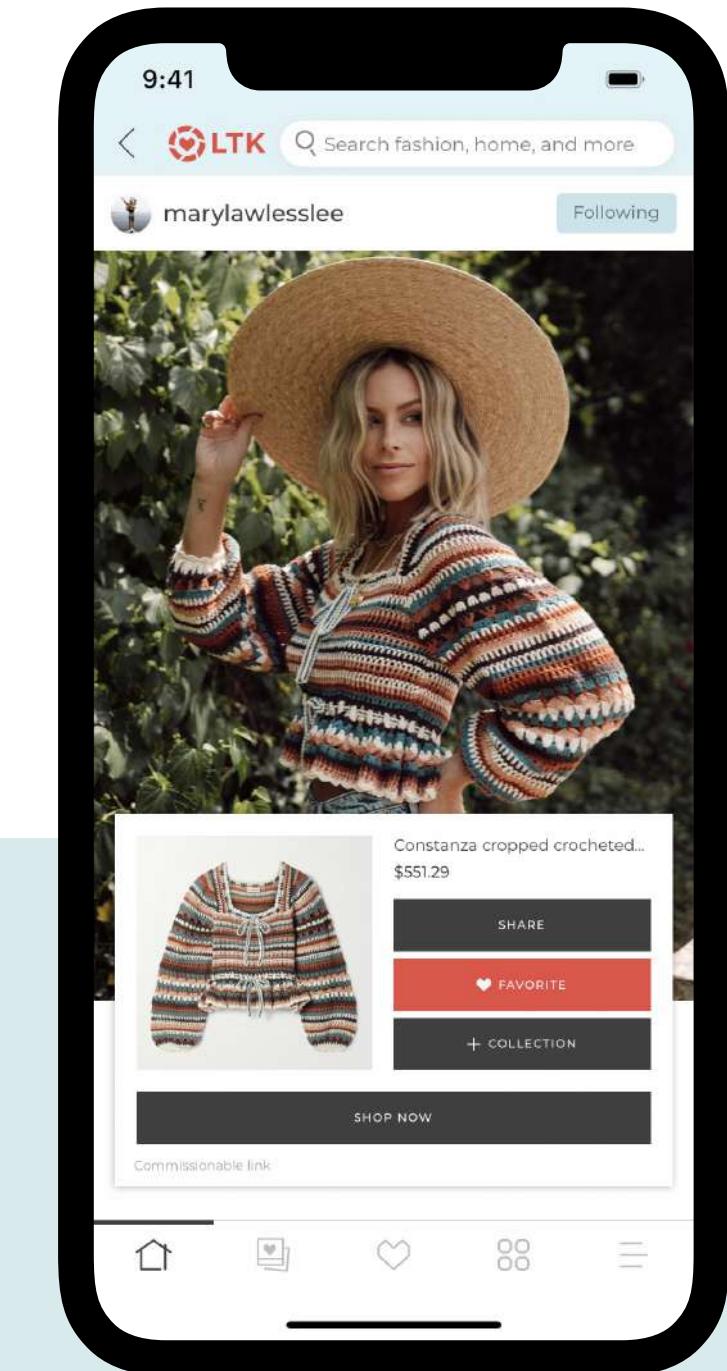
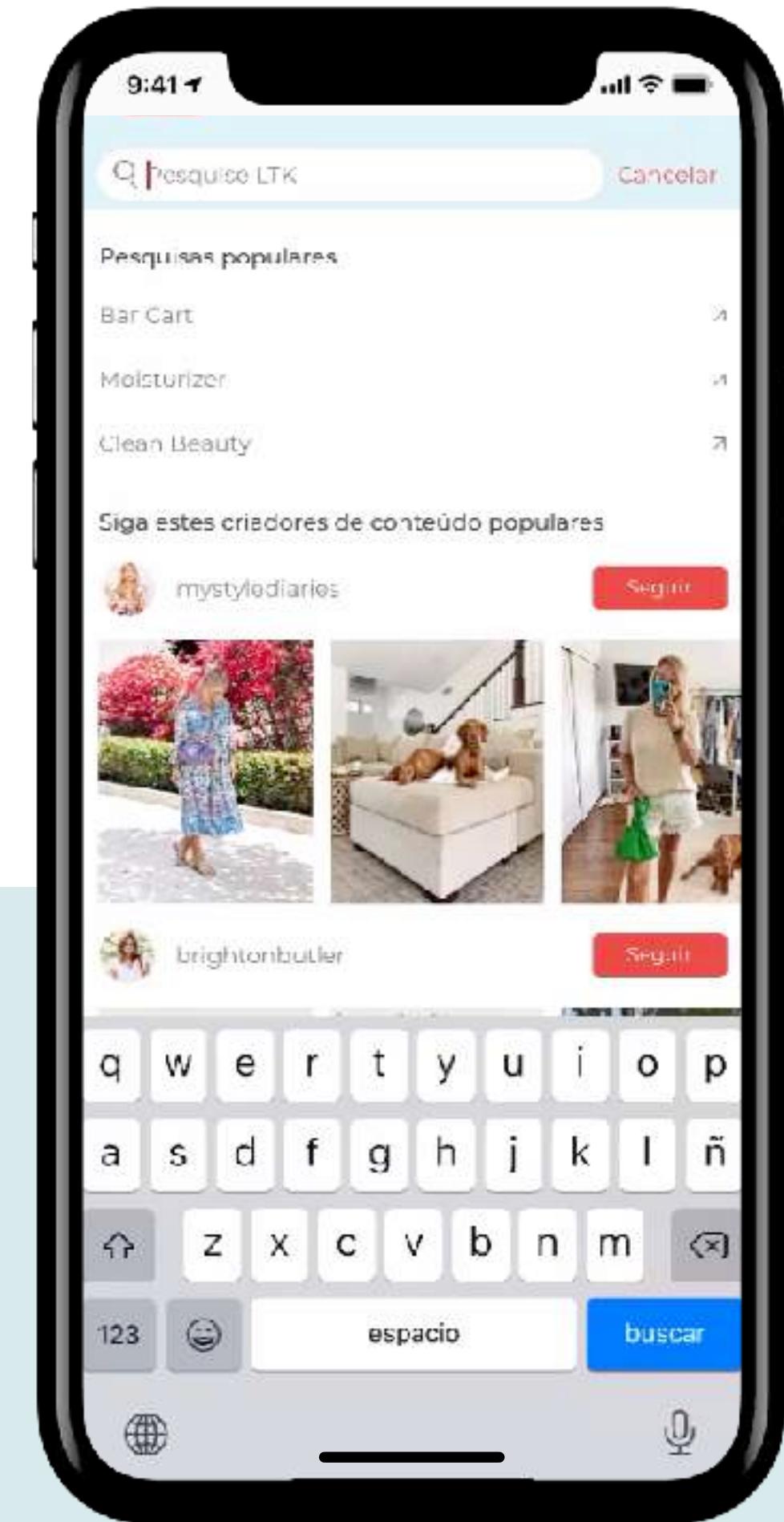
# É o destino único para seguir,



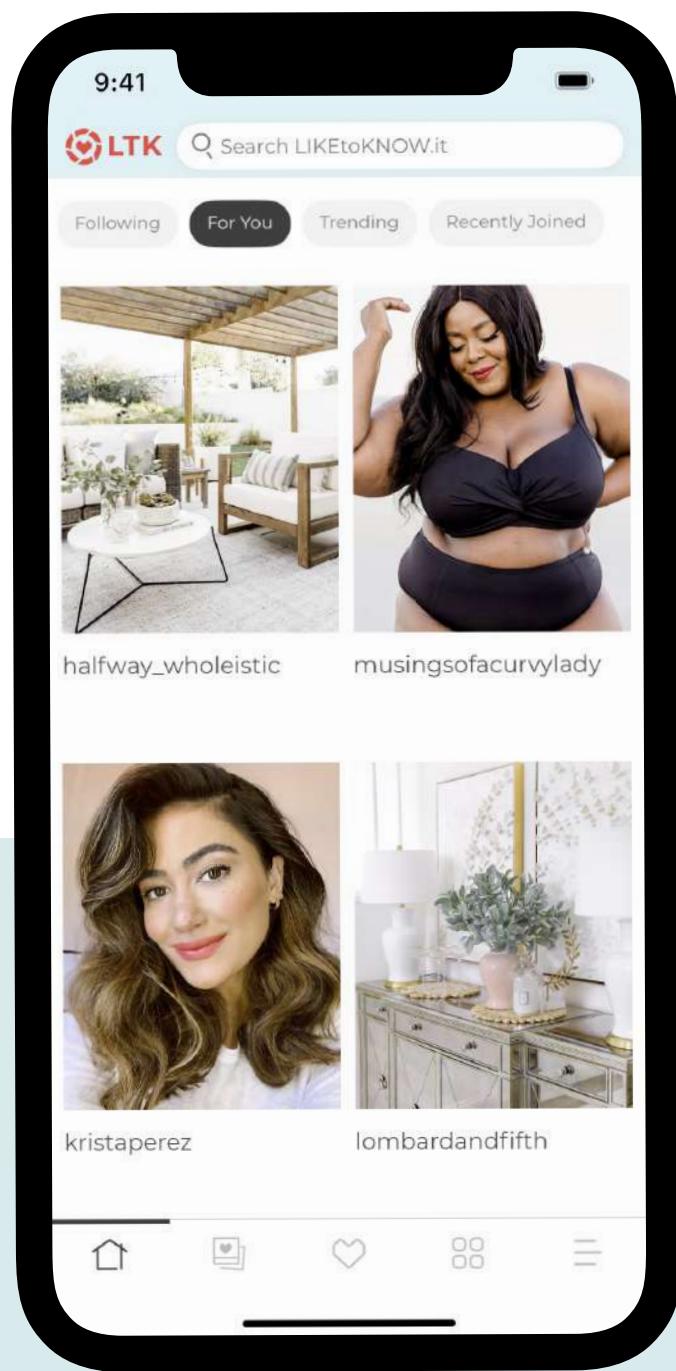
COMPRAR



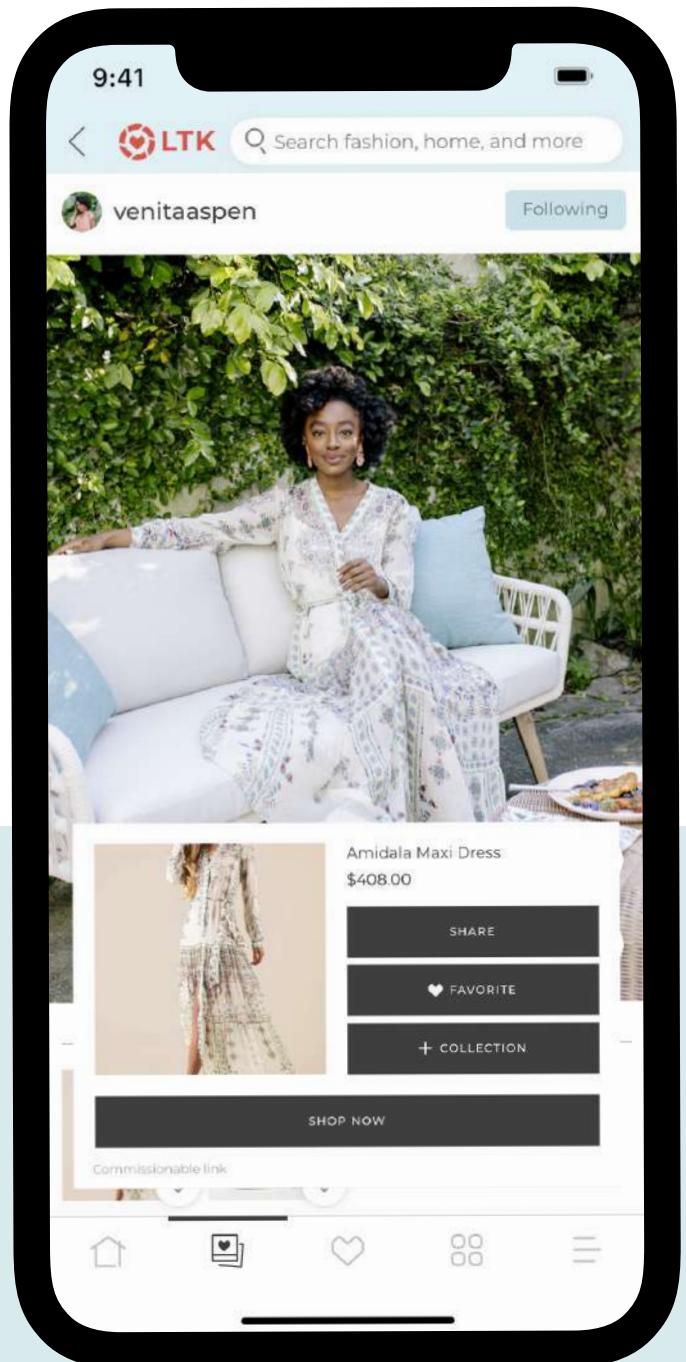
BUSCAR



BAIXE AQUI!



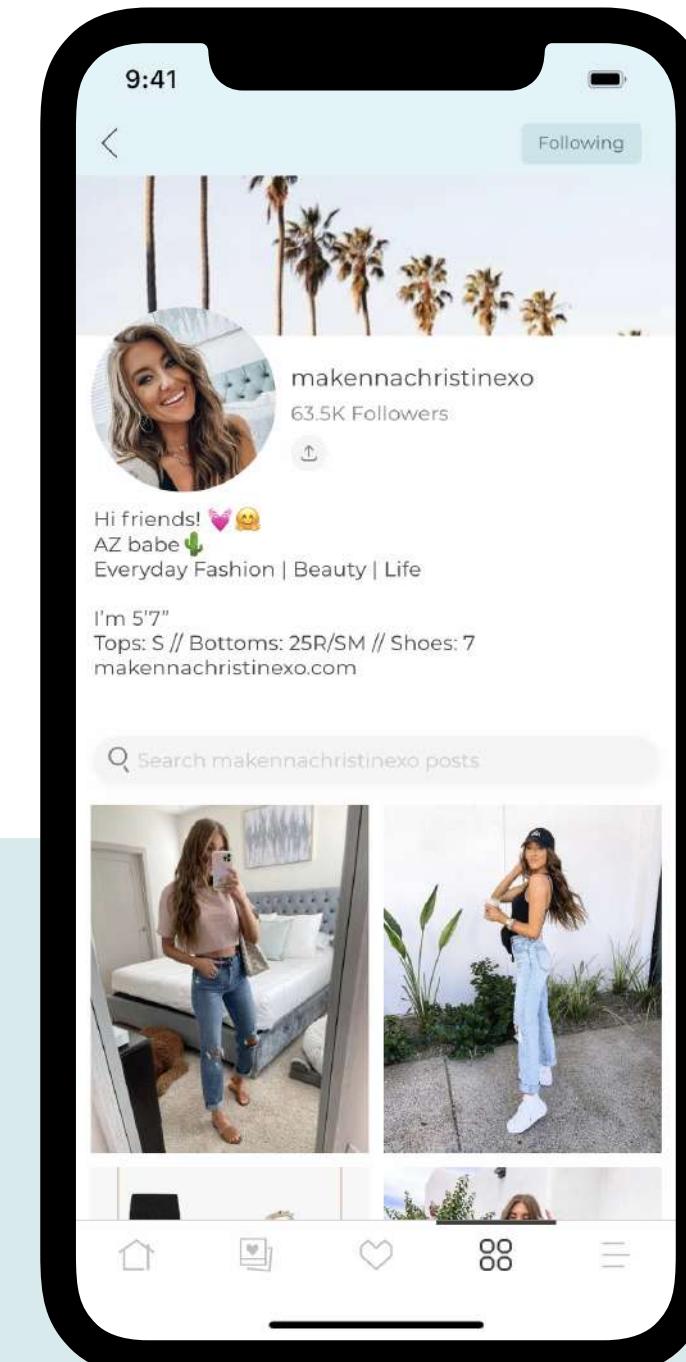
# É o destino único para salvar,



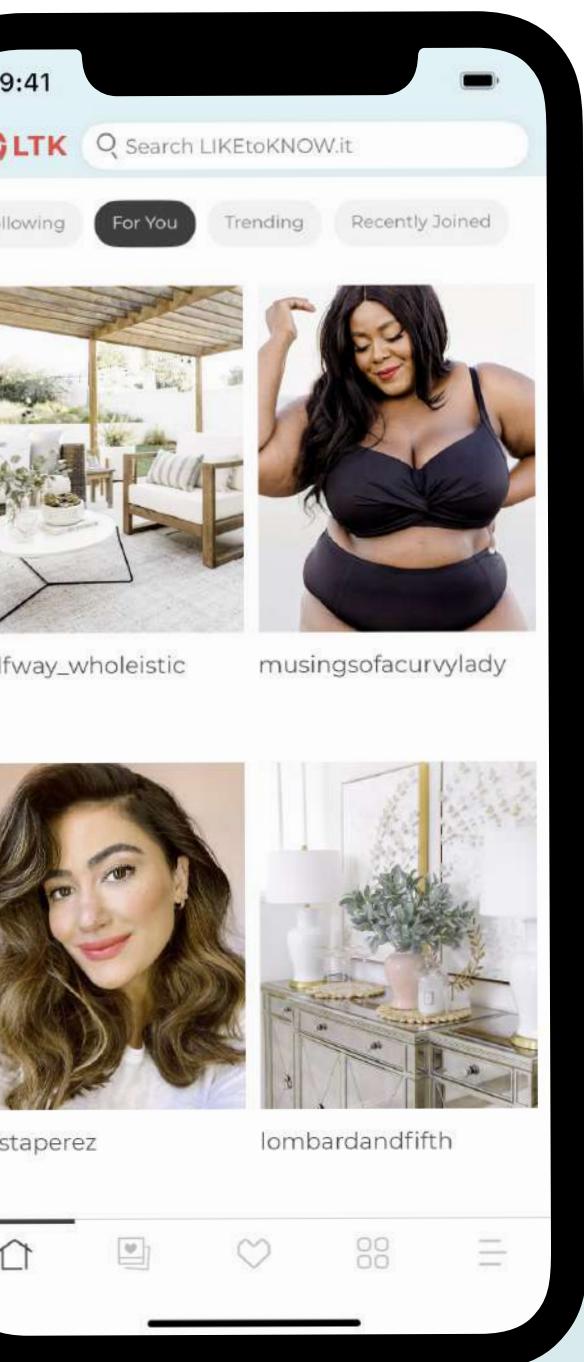
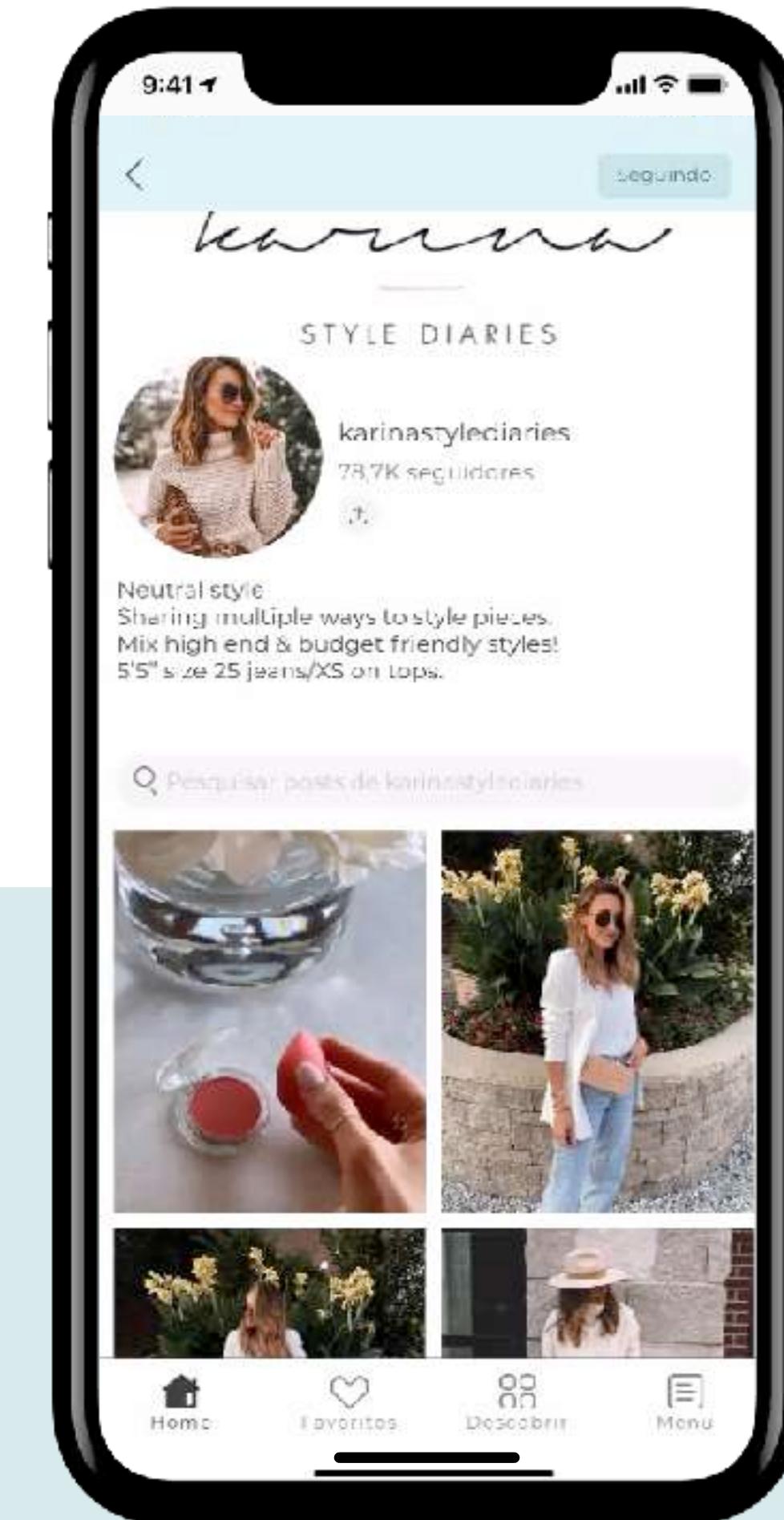
COMPRAR



BUSCAR



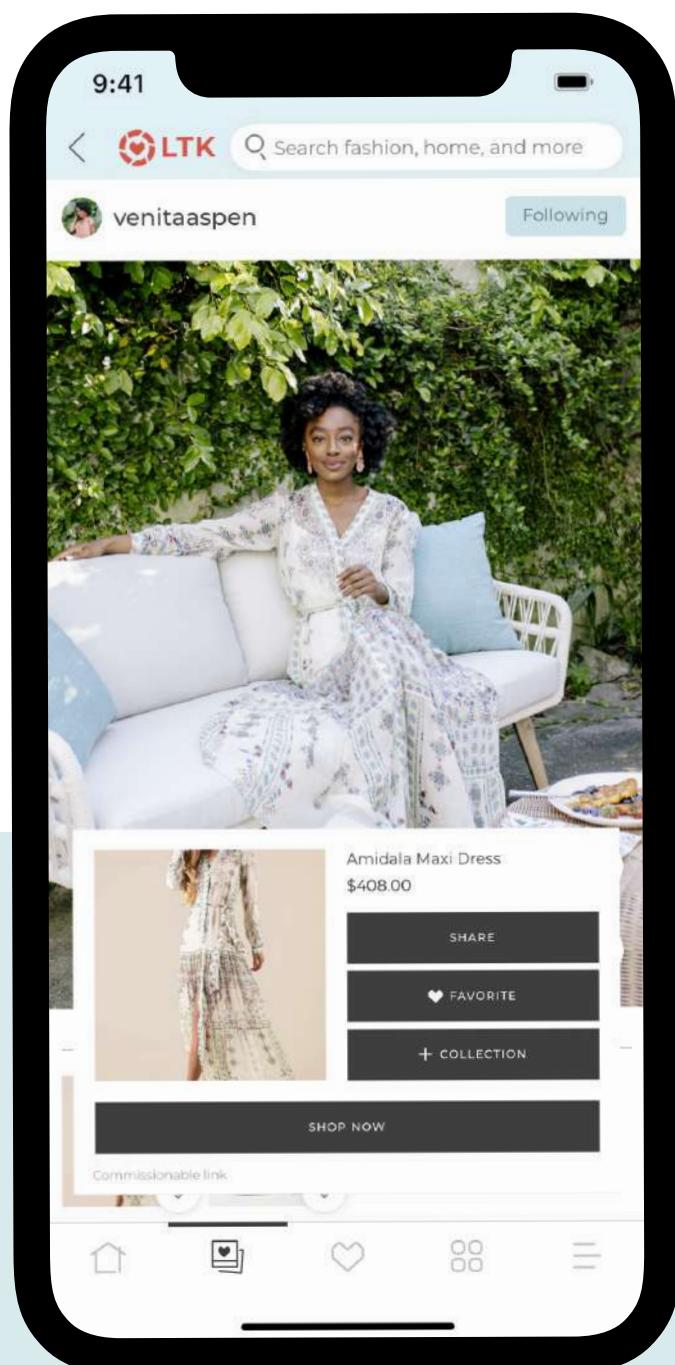
SEGUIR



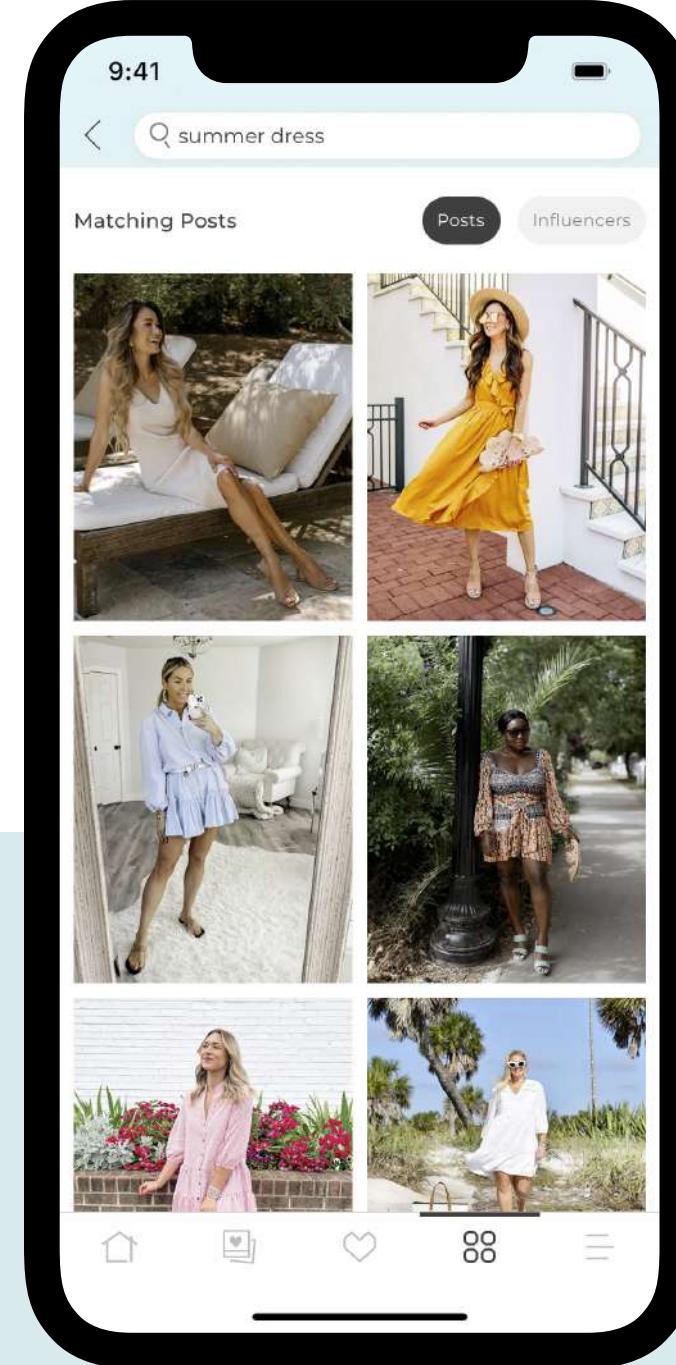
DESCOBRIR



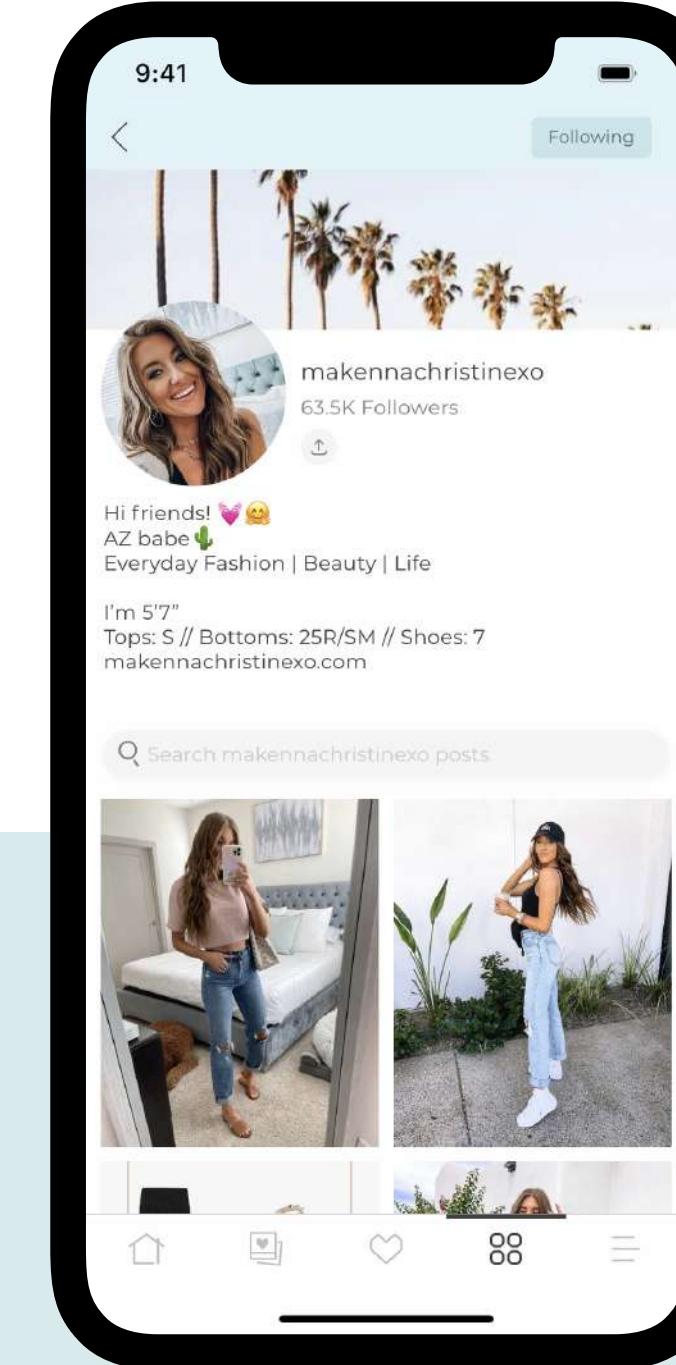
# É o destino único para **descobrir**,



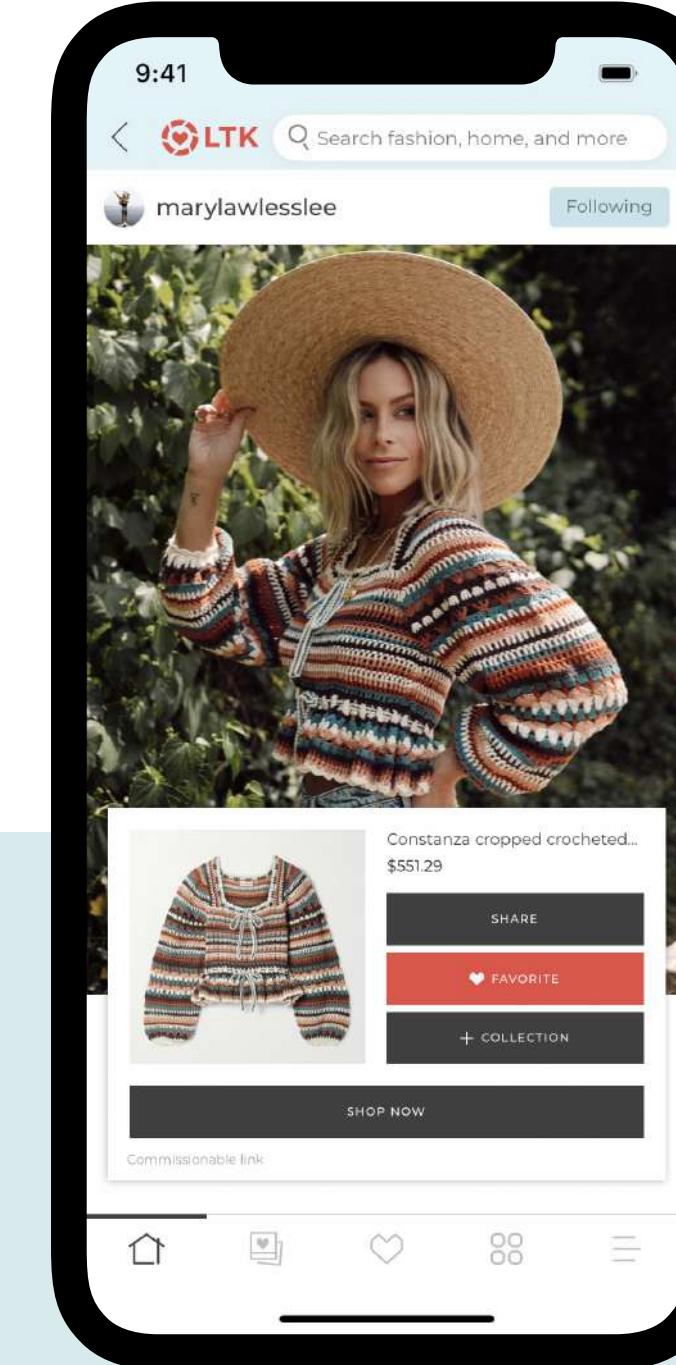
COMPRAR



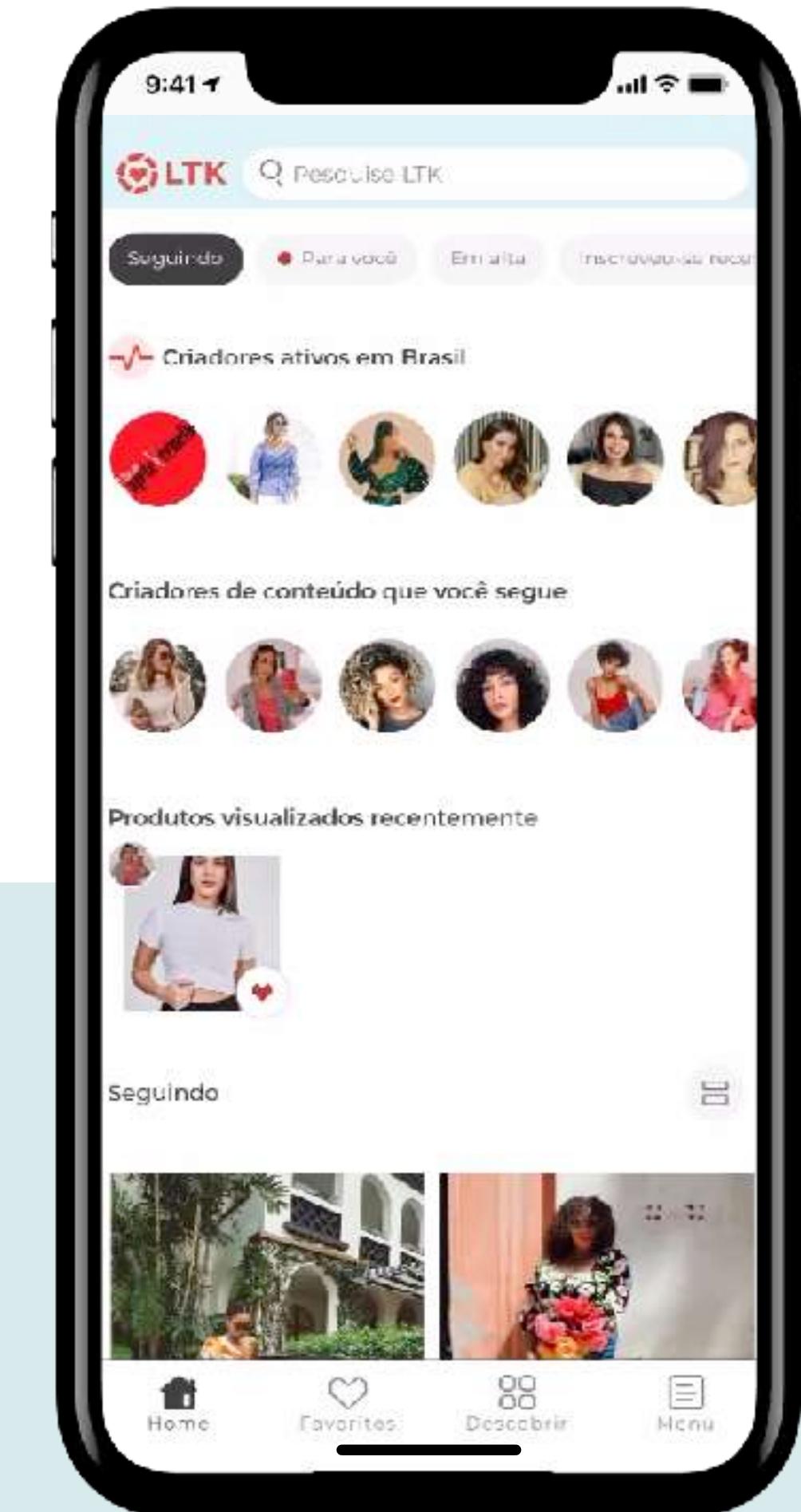
BUSCAR



SEGUIR



SALVAR



BAIXE AQUI!



What's next

71% das empresas  
brasileiras vão aumentar  
seus investimentos em  
ações com  
influenciadores até o  
fim de 2022

@pretaluz, @brigittecalegari, @gebeauty, @stellachidiozie



Mais investimentos em tecnologias para Criadores e Marketing de Influência

Forbes

# LTK Cofounder Amber Venz Box Now One Of America's Richest Self-Made Women After Softbank Fundraising



**Alexandra Sternlicht** Forbes Staff

Under 30

*I cover young people doing big things.*



A remuneração baseada no desempenho continuará a aumentar, sendo a base da receita do influenciador, e um modelo de negócio *always on* e confiável para as marcas



@barbarabrigido



@stellaspinola

# Siga a LTK no Instagram!

Descubra novos criadores com lojas dentro do app, no Brasil e no mundo!

@LTK.brasil



@Shop.LTK





This document contains confidential information of LTK and/or its clients. It may be read, copied and used in sole partnership with the intended recipient. Any use by a person other than its intended recipient, or by the recipient for purposes other than the intended purpose (included but not limited to copy, forward and upload to the internet), is strictly prohibited. If you receive this document in error, please contact sender and then destroy this document.