

## ¿Cómo crear estrategias y campañas ideales de Influencer Marketing en Colombia para alcanzar tus objetivos?

- Las nuevas generaciones confían más en reseñas online, y los influencers tienen el encanto para que los usuarios realicen compras en eCommerce, revelaron [estudios](#).
- Expertos explicaron el hueco que hay entre elegir a un influencer ideal y crear una campaña exitosa.

Hoy en día las marcas buscan al influencer ideal para obtener resultados maravillosos, sin embargo, nadie habla del hueco que hay entre elegir a un influencer ideal y lograr campañas exitosas, donde expertos en marketing deben cuestionar ¿qué pasa en el medio? ¿qué se debe considerar?

Estas fueron algunas de las incógnitas destapadas durante el webinar [“IN BETWEEN: El influencer ideal y su potencial resultado”](#), liderado por Mayra Alcántara, Directora de Influencer Marketing, y Miguel Bojorges, Manager Influencer Creativo de [another](#), agencia global con la oferta más grande de servicios en el mercado latinoamericano.

Según datos de [Influencer MKT Hub](#) y *MARCO Survey*, el 91% de los millennials confía tanto en las reseñas online como en sus amigos y familia, mientras que el 49% de los consumidores encuentran los anuncios de marcas “molestos e irrelevantes”, sin embargo, **los influencers hacen que el 56% de los consumidores realice una compra en eCommerce**. En palabras de los expertos, esto demuestra el poder de empuje para posicionar a las marcas que tienen líderes de opinión en distintas audiencias, pero en el camino varios marketers cometen el error de solo pagar a creadores de contenido por obtener una enorme lista de seguidores.

*“Actualmente cualquier persona que tenga dinero puede contratar un influencer, y eso no va a comprar el éxito de la campaña”*, dijo Mayra Alcántara. Señaló que hay tres perspectivas que se deben tomar en cuenta al momento de contratar un influencer:

- **Marca:** expertos en marketing deben responder qué quieren comunicar de la marca, y cómo buscan posicionarlo.
- **Audiencia:** cuestionar qué quiere ver la audiencia a través de los posts.
- **Influencer:** cómo el influencer va a plasmar su estilo al mensaje de la marca.

### 5 ideas creativas para crear contenido

Al uso de la palabra, Miguel Bojorges indicó que las ideas creativas juegan un papel de suma importancia para crear contenido. *“Una idea creativa realmente es nuestro núcleo para poder crear una campaña atractiva”*, dijo, y agregó que en la industria del marketing se llevan a cabo cinco conceptos de creatividad que le darán un plus a las campañas para atrapar a las audiencias:

- **Mimética:** replicar una idea y adaptarla.

- **Asociativa:** unir dos cosas que pueden mejorar el contenido.
- **Analógica:** tomar una referencia e innovar.
- **Narrativa:** narrar una historia, como los blogs que hacen los influencers donde hacen un storytelling de algo tan sencillo como su día a día.
- **Intuitiva:** crear algo desde cero, que no existe. Esta es una de las ideas que más vale la pena, señaló Bojorges.

## ¿Cómo crear contenidos con ideas?

Los expertos sostuvieron que la creación de contenido creativo con influencers depende de tres factores: formato, contexto y temporalidad, donde estos conceptos se entrelazan y van a depender de la cotidianidad, relevancia y publicación. Además, indicaron que la creatividad de los influencers influye mucho para que los usuarios puedan interactuar, compartir o replicar los contenidos, e invitaron publicar en distintas plataformas, las cuales ofrecen distintos formatos de contenido que van a ayudar a posicionar los productos y servicios de las marcas.

Las aplicaciones con más contenido creativo son:

1. Tiktok
2. Instagram
3. YouTube
4. Twitch
5. Facebook
6. Twitter
7. Spotify
8. Y más.

Finalmente, los expertos invitaron a probar tres tipos de campañas para trabajar con influencers: **awareness, engagement y conversión**. La primera construye y posiciona los valores de la marca en la mente del consumidor, la segunda busca construir audiencias más profundas e interactuar con los consumidores, y la tercera aumenta la probabilidad de compra un producto o servicio mediante interacciones como clicks a UTM's personalizadas, uso de cupones de descuento o códigos, clicks a links o stickers, descargas, suscripciones, asistencias.

En conclusión, los influencers son un push necesario para llegar a las audiencias, y para entender el espacio que hay entre el éxito de una campaña se necesita de creatividad, de una buena selección mediante herramientas tecnológicas, creación de contenido basados en formatos con objetivos claros y sobre todo, un buen mensaje.

## Contacto para prensa

Iván Mora Rincón

[ivan.mora@another.co](mailto:ivan.mora@another.co)

316-3362-173