

## 4 tácticas infalibles para evitar contratar influencers con números “inflados”

- *La industria de influencer marketing dejó una derrama económica de 16 mil millones de dólares en 2022.*
- *Un análisis reveló que 49.23% de megainfluencers en Instagram han estado involucrados en cifras de seguidores fraudulentos.*

**Ciudad de México, 28 de marzo de 2023.** – Las campañas de **influencer marketing** pueden generar increíbles resultados cuando los expertos, las agencias y las marcas trabajan en conjunto en la selección de un buen creador de contenido, sin embargo, las campañas pueden volverse una pesadilla económica cuando no existe una auditoría o verificación de los seguidores de los influencers, estiman especialistas.

De acuerdo con un análisis de [Influencer Marketing Hub](#), la industria cerró el 2022 con un valor aproximado de 16 mil millones de dólares, y se espera que para 2028 alcance los 84 mil millones de dólares, sin embargo, una investigación de [Statista](#) reveló que la mayoría de los megainfluencers de Instagram con más de un millón de seguidores en todo el mundo estuvieron involucrados en actividades fraudulentas por inflar sus cifras de seguidores entre 2019 y 2021. El estudio señala que la participación promedio de influenciadores involucrados en este tipo de fraudes durante 2021 alcanzó el 49.23 por ciento.

*“Es muy fácil para muchas personas sorprenderse al ver enormes números de seguidores concentradas en un solo influencer en cualquier red social, sin embargo, existe un enorme porcentaje de creadores de contenido que pueden pagar por aumentar números, la cual es una práctica común en la industria del influencer marketing, pero existen herramientas dentro de Tagger como nuestro algoritmo de Análisis de Seguidores Auténticos que nos puede dar el porcentaje de seguidores reales y permiten salvar el presupuesto de las marcas o clientes que buscan invertir en este tipo de campañas, pues así se asegurarían de que están apuntando a la audiencia que quieren llegar”,* dijo **Dave Dickman, CEO de [Tagger](#)**, líder mundial en tecnología que potencia el marketing de influencers a través de inteligencia social.

Los influencers que inflan sus números normalmente pagan por obtener más seguidores, en muchas ocasiones estas acciones atraen a personas reales que terminaron encantadas con los contenidos de los creadores, y en otras veces se trata de cuentas falsas configuradas por bots. Virtualmente todas las personas que tienen una red social activa pueden llegar a tener seguidores falsos, por lo tanto, el experto señaló que la credibilidad juega un papel importante en dicho mercado, es así que recomienda seguir los siguientes pasos para evitar caer en estafas.

### **Cuentas verificadas**

Varias redes sociales permiten a los nuevos líderes de opinión, organizaciones, empresas y asociaciones el llenar una serie de requisitos para verificar sus cuentas con la llamada



palomita azul. Checar este paso de autenticidad brindará mayor satisfacción a las empresas o agencias interesadas en contratar un influencer, señaló Jorge Zerecero, Strategic Manager para Latinoamérica, encargado de liderar el equipo de influencer marketing en México.

*“Una cuenta verificada otorga credibilidad y autenticidad a los perfiles. Esto significa que dicha persona o empresa son reales, lo que reduce las posibilidades de tratar con identidades falsas. Además, la verificación ofrece información y herramientas para medir el rendimiento y alcance de las campañas, desde los intereses de los seguidores, demografía hasta el impacto que podría generar un contrato con ciertos influenciadores”,* recomendó.

## **Engagement rate**

Por su parte, Mauricio Villa, líder de Tagger para Latinoamérica, indica que las audiencias reales son fáciles de notar en los creadores de contenido, porque una baja participación de comentarios y “me gusta” en una cuenta con demasiados seguidores solo significa dos cosas: un mal día de publicaciones o números totalmente simulados.

Apunta que revisar el *engagement*, es decir, la cantidad de interacciones que tienen en sus publicaciones podría verificar si tiene usuarios verdaderos o inactivos. *“Es importante analizar la relación entre el número de seguidores y la cantidad de interacciones que tienen en sus publicaciones para evaluar la autenticidad de su audiencia”,* dijo Mauricio Villa.

## **Seguidores extraños**

El CEO de Tagger, Dave Dickman, sostiene que un simple vistazo a la audiencia de un influencer puede salvar una fuerte inversión para algunas campañas. Por ejemplo, un creador mexicano dedicado a compartir temas de música regional con seguidores mayoritariamente asiáticos puede significar una *red flag* durante el proceso de selección.

*“A esta táctica debemos sumarle una investigación del historial de las redes sociales de los posibles candidatos. Si un influencer ha estado comprando seguidores o participando en actividades fraudulentas se podrá detectar rápidamente al ver picos muy elevados de nuevos usuarios en fechas muy específicas”,* agregó.

## **Inteligencia social**

Existen herramientas tecnológicas dentro de la plataforma Tagger, como Signals, que pueden analizar el contenido, las publicaciones, datos del perfil, demografía, rastreo de conversaciones, detección de bots y el crecimiento sospechoso con el objetivo de profundizar en datos del posible influencer a seleccionar para determinadas campañas.

*“La inteligencia social es una de nuestras técnicas más relevantes en Tagger. Esto nos ha permitido medir campañas exitosas de varias marcas que han optado por estrategias con influencers, donde la tecnología fue un factor clave para evitar a personalidades con números apócrifos”,* finalizó Dickman.



###

### **Sobre Tagger**

Tagger es una plataforma de marketing de influencers que ha revolucionado la industria en redes sociales para algunas de las marcas y agencias más importantes de la actualidad, incluidas Omnicom, Havas Media, Ralph Lauren, Nike, Estee Lauder, Christian Dior, Takumi, Valvoline y Dolce & Gabbana. Además, Dave Dickman, CEO de Tagger, fue senior de medios, ventas y marketing en importantes empresas de medios y tecnología, incluidas Turner Broadcasting, Yahoo, Warner Bros, Disney y Apple. La plataforma de inteligencia social basada en datos permite a los especialistas en marketing planificar campañas, maximizar la eficiencia del flujo de trabajo, conectarse con los creadores y medir con precisión el ROI. Visítanos para obtener la información más reciente sobre Tagger, nuestros productos y servicios, y encuéntranos en las redes sociales.

Síguenos en:

Facebook: <https://www.facebook.com/TaggerMedia1/>

Instagram: <https://www.instagram.com/taggermedia/>

Twitter: <https://twitter.com/taggermedia>

YouTube: Tagger Media