

Halloween 2023: 1 de cada 2 usuarios compra después de ver videos de influencers

- De acuerdo con un estudio realizado por Flamingo Group, casi uno de cada dos usuarios prueba o compra algo nuevo después de ver un video de TikTok cada mes. Durante la temporada de Halloween, TikTok a menudo inspira más compras impulsivas y no planificadas, revelaron.
- Un análisis de Tagger, muestra que en México, uno de los casos de estudio más interesantes es La Monja de la Feria, y cómo logró 224.8 millones de visualizaciones con un sólo hashtag en TikTok.

Ciudad de México, XX de noviembre de 2023. – Este Halloween, la festividad más espeluznante del año, el poder de los influencers se manifiesta de manera sorprendente en las redes sociales. Desde dulces con figuras terroríficas hasta disfraces muy populares, los creadores de contenido brindan inspiración para esta fecha a todos.

De acuerdo con el estudio [Understanding TikTok's Impact on Culture 2022](#), el 27% de los usuarios de TikTok prueban una nueva actividad, receta o pasatiempo después de verlo en la plataforma cada mes. Además, las compras se disparan debido a que casi cada uno de dos usuarios prueba o compra algo nuevo después de ver un video de dicha plataforma cada mes. Durante la temporada de Halloween, TikTok a menudo inspira compras más impulsivas y no planificadas, revela el texto.

“En todos los sectores, los creadores están ayudando a los usuarios a descubrir nuevos productos y conectar a través de videos entretenidos y atractivos que también generan acción. En el caso de México, existe un fenómeno local que muestra el impacto digital en la vida diaria que habría desatado una de las posibles mayores ventas de disfraces de esta temporada. ‘La Monja de la Feria’, un acto de Espectaculares García, es un enorme ejemplo de la importancia de colocar contenido en redes sociales”, dijo Jorge Zerecero, **Strategic Director en Latinoamérica de [Tagger](#).**

Según un análisis de [Tagger by Sprout Social](#), la plataforma de influencer marketing que ayuda a compañías a elegir las mejores estrategias para la selección de influencers y la difusión de mensajes en redes sociales, "La Monja de la Feria" desató la conversación en distintas redes sociales. Por ejemplo, el hashtag #LaMonjaDeLaFeria comenzó a tener un incremento el 8 de septiembre en TikTok, provocando un pico de publicaciones el 26 de septiembre.

El baile de La Monja de Durango se volvió tan popular que el hashtag en TikTok #LaMonja alcanzó 1.3 mil millones de visualizaciones, y #LaMonjaDeLaFeria llegó a 224.8 millones de visualizaciones en la misma plataforma. A la fecha, miles de usuarios siguen imitando su famosa danza al ritmo de Grupo Exterminador con la versión electrónica de Guaracha Remix.



Los datos de la plataforma también muestran que Espectaculares García, la empresa mexicana de juegos mecánicos móviles donde aparece La Monja, ha experimentado un aumento significativo en su base de seguidores en TikTok de 660 mil a 664 mil seguidores del 24 al 26 de octubre (más de 4 mil nuevos usuarios en sólo dos días). La popularidad de este fenómeno digital es tan grande que algunas marcas y creadores de contenido ya están bailando dentro de la tagada junto a Pamela Jasso Pérez, la joven que porta el disfraz.

“Esto demuestra el poder de las tendencias virales y cómo las marcas pueden capitalizarlas a través de colaboraciones efectivas con influencers”, indicó Zerecero.

El éxito de La Monja es un ejemplo de cómo las redes sociales y los creadores pueden dar forma a las decisiones de compra de las personas, incluso en eventos tan festivos como Halloween, añadió.

El experto agregó que las personas interesadas en conocer más sobre **Tagger by Sprout Social**, y cómo puede ayudar en la planeación estratégica de campañas de influencer marketing, pueden visita: <https://www.taggermedia.com/>, y conocer su herramienta Signals, con la que se puede analizar contenido en redes sociales, publicaciones, engagement, entre otras.

###

Sobre [Tagger](#) by Sprout Social.

Tagger by Sprout Social es un líder global que revoluciona cómo las principales marcas y agencias aprovechan los datos y analítica para impulsar estrategias de influencer marketing y con creadores de contenido. Con el respaldo de empresas globales, Tagger es una solución disruptiva de software como servicio (SaaS, por sus siglas en inglés) que ofrece una experiencia inigualable. Al aprovechar asociaciones de API o interfaz de programación de aplicaciones con las principales plataformas sociales, Tagger conecta con miles de millones de perfiles de influencers y millones de cuentas de redes sociales con puntos de datos sociales, además de ofrecer la inteligencia social más robusta de la industria para generar ideas accionables. La plataforma de Tagger ofrece análisis potentes, capacidades todo en uno e integraciones estratégicas para flujos de trabajo de campañas eficientes. Para obtener más información, visita www.taggermedia.com.

Síguenos en:

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

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

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

YouTube: [Tagger Media](#)

another

Ernesto Nicolás - PR Expert

ernesto.nicolas@another.co

(+52) 5578967193