

Hot Sale 2023: ¿Cómo impulsar campañas a través del influencer marketing?

- *Un análisis de Tagger pronostica un aumento en seis categorías durante el Hot Sale 2023.*
- *La plataforma de Tagger muestra que existen tres estrategias que los influencers están usando para potenciar el alcance orgánico para aumentar las ventas de productos y servicios en el Hot Sale.*

Ciudad de México, XX de mayo de 2023. – El **Hot Sale 2023** es una oportunidad para marcas, agencias y expertos en marketing para elevar las ventas de productos, servicios y hasta para generar experiencias digitales durante uno de los eventos más importantes de e-commerce en México.

De acuerdo con la [Asociación Mexicana de Venta Online](#) (AMVO), **al menos siete de cada 10 internautas están pensando en adquirir algún producto o servicio durante el Hot Sale 2023**, mientras que el 92% de los clientes ya ha comprado en ediciones pasadas, lo que significa que son usuarios recurrentes casi en su totalidad.

Un análisis de [Tagger](#), **la plataforma que ayuda a compañías a elegir las mejores estrategias para la elección de influencers y difusión de mensajes en redes sociales**, reveló que la industria del influencer marketing estará muy presente en dicha fiesta dedicada al e-commerce, donde seis categorías se verán beneficiados en el país.

“Durante el Hot Sale 2023 será muy común observar a creadores de contenido como los principales voceros de varias marcas. Además, nuestro pronóstico para este año muestra que las principales plataformas usadas por la industria de los influencers serán Instagram, YouTube, Facebook y TikTok”, dijo **Jorge Zerecero, Strategic Director en Latinoamérica de Tagger.**

Los datos de **Tagger** predicen que, basados en el comportamiento del mercado latinoamericano, debido a que en ciertos países ya ocurrió el Hot Sale 2023, se espera un repunte en las búsquedas en redes sociales en categorías como **productos de belleza, moda, deportes, alimentos, bebidas y tecnología.**

Además, el análisis de la plataforma muestra un aumento en tres estrategias utilizadas por influencers que potencializaron el alcance orgánico en otros países de habla hispana de los seis mercados anteriormente mencionados:

Review

Un *review* es una evaluación detallada y objetiva de un producto o servicio, realizada por un influencer. En este el influencer analiza y comparte su opinión sobre las características, ventajas, desventajas y su experiencia personal con el producto o servicio. Los influencers suelen destacar aspectos relevantes y brindar recomendaciones a su audiencia.

Unboxing



El *unboxing* es una experiencia visual en la que el influencer muestra y abre un producto nuevo frente a la cámara, revelando su contenido y compartiendo sus primeras impresiones. Los influencers muestran el proceso de desempaqueado y exploran los detalles del producto, generando expectativa y entusiasmo entre su audiencia.

Get Ready with Me (GRWM)

El *Get Ready with Me* o *GRWM* es un formato en el que los influencers comparten su rutina de preparación antes de un evento o actividad específica, como maquillarse, rutinas de belleza o seleccionar su atuendo. Durante el proceso, el influencer puede mencionar y utilizar diferentes productos y marcas, mostrando cómo los aplica y destacando sus características.

“Durante el Hot Sale 2023, uno de los eventos más importantes de e-commerce en México, los influencers utilizan estos conceptos para promocionar productos y servicios de varias marcas. Al combinar el poder de la influencia personal con la creatividad y la autenticidad, los creadores pueden alcanzar a su audiencia de manera efectiva y generar interés en los productos y servicios que están promocionando”, agregó **Jorge Zerecero**.

Estos enfoques ayudan a generar confianza y credibilidad entre los seguidores del influencer, ya que se basan en experiencias reales y permiten a la audiencia tomar decisiones de compra informadas, agregó el especialista.

Conoce más sobre marketing de influencers a través de la página de Tagger: <https://www.taggermedia.com/>, y su herramienta Signals, con la que se puede analizar contenido en redes sociales, publicaciones, *engagement*, entre otras métricas generadas por creadores que ayudan a empresas a tomar decisiones de mercadeo informadas.

###

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 **Estee Lauder, Beckett Simonon, Havas México, Havas Costa Rica, BBDO, Valvoline, Bridgestone, y Another Company**. 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. Fundada en 2015, Tagger Media ha ampliado su presencia global en los cinco continentes: Sudamérica, Norteamérica, Europa, Asia, Australia y África. Visítanos para obtener la información más reciente sobre Tagger, nuestros productos y servicios, y encuéntranos en las redes sociales, visite 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](#)

Contacto para prensa



another

Ernesto Nicolás - PR Expert

ernesto.nicolas@another.co

(+52) 5578967193