

VEJA TODAS AS INFORMAÇÕES DE QUE PRECISA SOBRE MARKETING DE INFLUÊNCIA

SEBRAE



INTRODUÇÃO	3
O QUE É MARKETING DE INFLUÊNCIA?	5
POR QUE ESSA ESTRATÉGIA É VALIOSA?	8
COMO APLICAR O MARKETING DE INFLUÊNCIA AO SEU NEGÓCIO?	12
CONCLUSÃO	17
SOBRE O SEBRAE PE.....	19



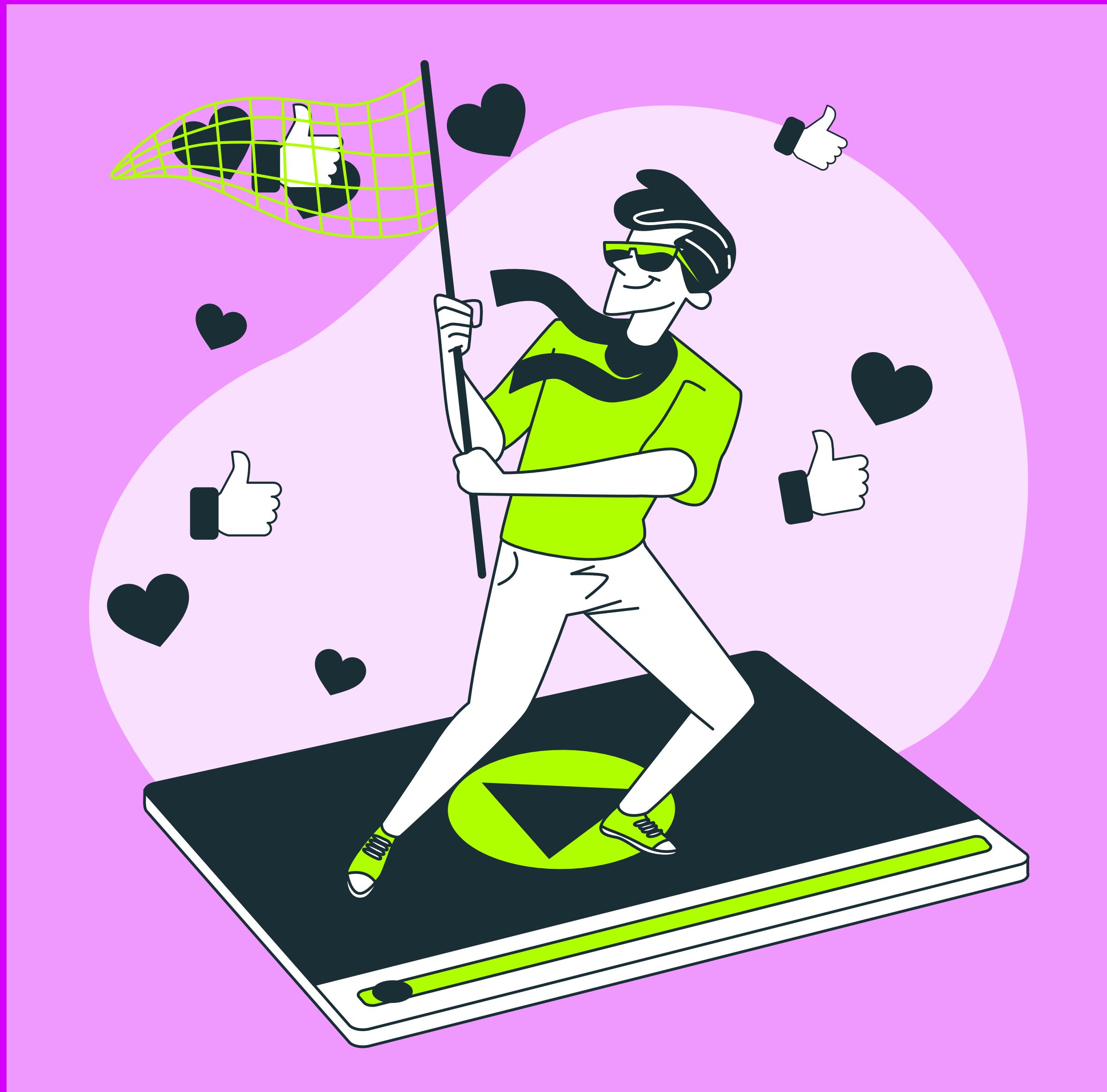
INTRODUÇÃO

Um dos grandes benefícios do marketing digital está nas diferentes estratégias que podem ser utilizadas para promover a sua marca ou vender o seu produto/serviço. Nesse sentido, uma das ações que mais têm ganhado espaço ultimamente é o **marketing de influência**, mas você sabe o que é e a sua importância?

Com a transformação digital, cada vez mais pessoas “comuns” passaram a ter relevância na Internet. Não é preciso ser um ator famoso para ser conhecido e ter influência sobre uma determinada audiência. Com as redes sociais, esse processo se multiplicou e, agora, as empresas podem utilizar isso a seu favor.

O que acha, então, de tirar todas as suas dúvidas sobre o que é marketing de influência, os seus benefícios e como aplicar essa estratégia na prática? Para ajudar você a ter sucesso com esse conceito, preparamos um conteúdo com tudo o que você precisa saber sobre o tema. Continue a leitura e confira!





**O QUE É MARKETING
DE INFLUÊNCIA?**

O marketing de influência é uma **estratégia de marketing digital que foca a credibilidade de produtores de conteúdo individuais**. Ou seja, em vez de usar um espaço da própria marca para falar sobre ela, as empresas contratam terceiros para que eles façam a conexão com o seu público-alvo.

A ideia é fazer com que esses intermediários criem uma comunicação mais natural com consumidores em potencial. Em um mercado com tanta concorrência, isso é muito importante, afinal, uma empresa falando dela própria é algo que acontece há décadas, enquanto os influenciadores têm ganhado espaço apenas agora.

Seja para fechar mais vendas, seja para fortalecer o conhecimento sobre a sua marca, o marketing de influência pode atuar de diferentes maneiras na busca por mais eficiência dentro das suas estratégias de marketing, garantindo que tudo resulte em uma comunicação mais natural e eficiente.



A estratégia é muito simples: encontrar influenciadores que têm relevância dentro do segmento de mercado que a sua empresa atua e, a partir disso, apostar na conexão para colocar a sua marca no meio. Após a busca, as empresas estabelecem parcerias para que os influenciadores usem e divulguem as marcas.

O tipo de parceria varia bastante de situação para situação. Grandes influenciadores do mercado nacional, por exemplo, costumam cobrar por isso, enquanto os influenciadores menores e mais nichados podem atuar a partir da permuta, o que é muito útil para quem já tem uma marca utilizada por um influencer.

Imagine que você tenha uma barbearia e um influencer da região sempre esteja lá cortando o cabelo e aparando a barba, tudo bem? Uma ideia nessa hipótese é oferecer três meses gratuitos e, em troca, pedir a ele que promova o seu negócio a partir de conteúdos em diferentes formatos, por exemplo.

Em resumo, o marketing de influência utiliza as oportunidades que o ambiente digital proporcionou para toda a sociedade, em que **qualquer pessoa pode ter um tipo de influência sobre um determinado público**. O fundamental aqui é ter certeza de que o escolhido para influenciar seu público faça sentido para a marca.



**POR QUE ESSA
ESTRATÉGIA É
VALIOSA?**

Ainda não se convenceu de que o marketing de influência é uma estratégia valiosa? Confira os motivos para investir nesse conceito e como ele pode beneficiar a sua empresa no curto, médio e longo prazo.

MAIORES RETORNOS FINANCEIROS

Quando se pensa em qualquer tipo de estratégia de marketing digital, é importante logo avaliar o seu ROI. Ou seja, qual é o retorno que aquela ação gerou para a sua empresa. No marketing de influência, a boa notícia é que **as chances de ter retornos positivos são significativas**.

De acordo com um estudo realizado pela [Tomoson](#), 51% dos profissionais de marketing apostam nessa estratégia porque o público adquirido é mais qualificado, ou seja, com mais chances de se tornarem consumidores daquela empresa.

Além disso, o mesmo estudo mostra que mais de 80% dos profissionais que utilizaram o marketing de influência conseguiram resultados positivos, com uma receita significativa em retorno. Na prática, portanto, essa estratégia é excelente para quem quer equilibrar a relação de custo-benefício das suas campanhas.



CREDIBILIDADE DO INFLUENCIADOR

Outro ponto importante que o marketing de influência proporciona para as empresas é a **credibilidade dos influenciadores**. Afinal, não é mais a sua marca que está falando dela própria, mas um terceiro que tem a confiança de uma determinada audiência.

Mas por que isso é tão relevante? Segundo uma pesquisa da [Opinion Box](#), 7 em cada 10 brasileiros seguem algum influenciador em suas contas pelas diferentes redes sociais. O mais importante, porém, é que mais de 50% desses usuários já fizeram compras por conta de indicações do influencer.

Ou seja, o marketing de influência oferece essa maior credibilidade para a tomada de decisão do usuário. Juntando à informação anterior, você não só tem leads mais qualificados, mas a sua marca está mais próxima de conseguir fechar uma venda.

RESULTADOS RÁPIDOS

Além disso, o marketing de influência **proporciona resultados rápidos para as empresas**. Ainda de acordo com o levantamento da Tomoson, quem utilizou essa estratégia conseguiu clientes mais rapidamente do que utilizando estratégias como o marketing de conteúdo ou e-mail marketing.

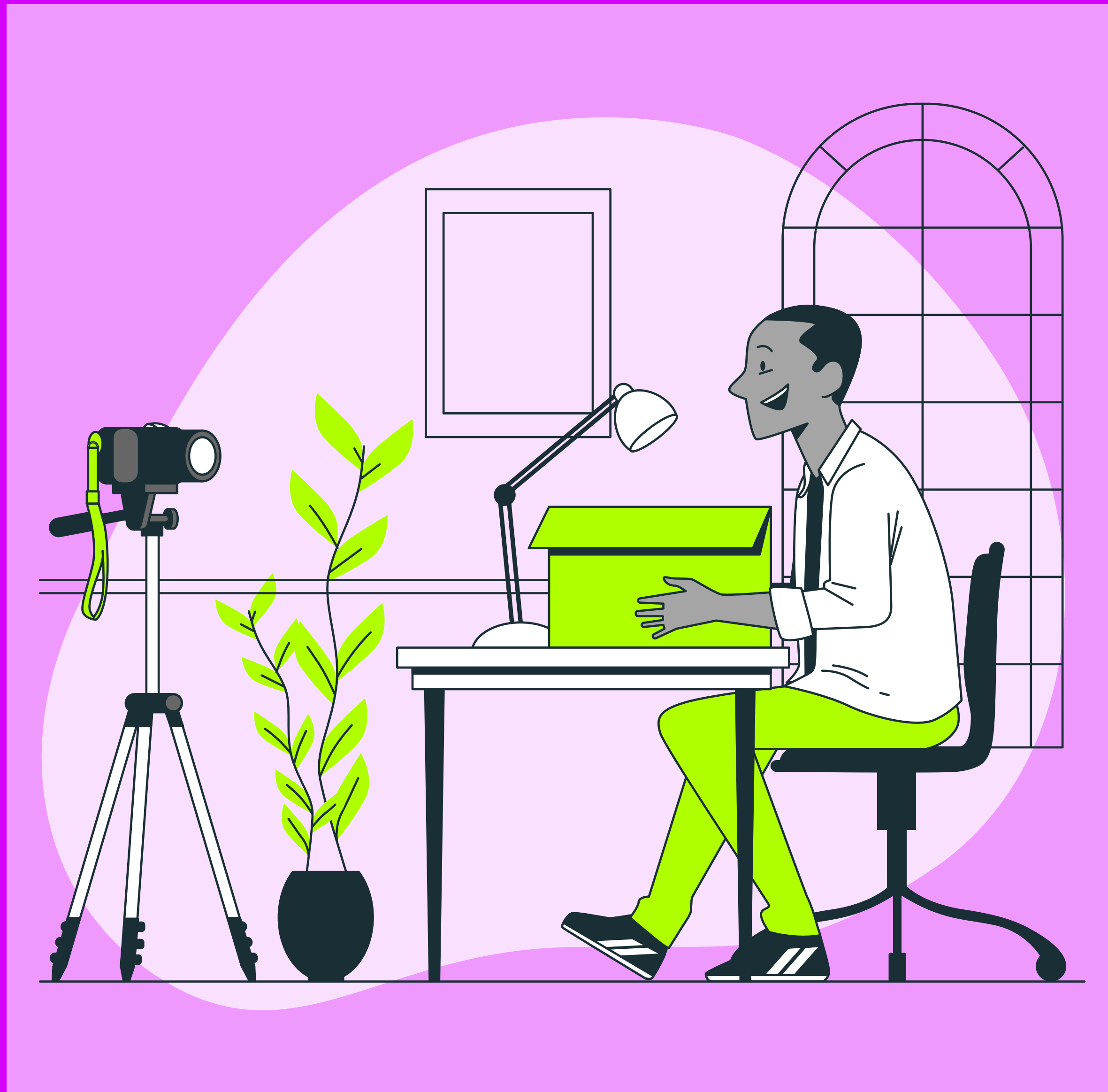
Em um período em que é fundamental ter resultados para comprovar a eficiência do seu trabalho, pode ser interessante equilibrar o uso dessa estratégia com outras campanhas e ações que tenham um foco maior nos retornos de médio e longo prazos.

MAIOR ALCANCE

Por fim, o marketing de influência permite que a sua marca fale com consumidores de variados locais e regiões. Ou seja, a sua empresa tem um **alcance maior**, comunicando-se exatamente com quem você precisa para ter resultados significativos.

Especialmente para negócios que querem atuar também no ambiente online, é bastante interessante ter esse alcance, podendo segmentar as suas ações de marketing de influência de acordo com o seu objetivo para um determinado momento.





**COMO APLICAR
O MARKETING DE
INFLUÊNCIA AO
SEU NEGÓCIO?**

Mas, afinal, como desenvolver uma estratégia de marketing de influência para o seu negócio? Listamos algumas dicas que podem ajudar, confira!

TENHA UMA META

A primeira tarefa para criar uma estratégia de marketing de influência eficiente é **definir um objetivo claro**. Afinal, sem ter esse direcionamento, nem mesmo o influenciador vai conseguir entender qual é a melhor abordagem para conseguir uma conversão — independentemente de qual seja ela.

Um determinado influenciador pode ser excelente para empresas que querem que os usuários fechem negócios. Enquanto isso, outro pode ajudar mais no processo anterior, ou seja, nas etapas de educação do consumidor para que ele conheça mais sobre uma necessidade ou mesmo sobre o seu negócio como um todo.



SAIBA COM QUEM ESTÁ FALANDO

Após a definição de uma meta, é o momento de **entender exatamente com quem você está falando**. Você pode contratar o maior influenciador do Brasil, mas, se ele não tiver nenhum tipo de apelo com o público-alvo que você deseja atingir, é provável que essa estratégia gere poucos resultados.

Lembra que falamos da importância da credibilidade? Um consumidor vai continuar sem confiança em uma marca se o influenciador contratado é desconhecido para ele. Sendo assim, analise bem o comportamento do seu público e entenda como a sua empresa pode impactá-lo positivamente.

FAÇA UMA LISTA DE INFLUENCIADORES

Pronto, agora você já sabe qual é a meta dessa estratégia de marketing de influência e sabe o que o seu público está procurando, então é o momento ideal de **ter em mãos uma lista de possíveis influenciadores que se encaixam nesses dois tópicos já definidos**. Afinal, você não pode ter uma opção apenas.

A ideia aqui é entender melhor quais são os estilos de trabalho de cada um, listando os pontos positivos e negativos dos influenciadores. Em seguida, você pode até mesmo fazer entrevistas com seu público para validar as suas escolhas e ter certeza de qual opção é a mais indicada para a sua estratégia.

ESTABELEÇA O CONTRATO

Em seguida, é hora de fazer a sua escolha sobre qual influenciador vai contratar. Depois, é preciso sentar e **definir os termos do contrato**. Já mencionamos como isso pode ser estabelecido: pagamento, permuta e outros tipos de divulgação. O mais importante é que fique claro para os dois lados.

CRIE AS AÇÕES DE MARKETING

Agora é hora de colocar a teoria em prática: **se reúna com o influenciador escolhido e defina um planejamento estratégico de marketing**.

Isso mesmo, você já tem tudo o que precisa para fazer o marketing de influência, só precisa entender como cada publicação vai funcionar dentro dessa campanha.

Esse é o momento de analisar todos os detalhes da estratégia — dos formatos de conteúdos até mesmo a frequência de publicações. A ideia é ter um plano de ações bem estabelecido para ter certeza de que o seu investimento nessa estratégia realmente dê os retornos esperados.



RESPEITE A CRIATIVIDADE DO INFLUENCIADOR

Um dos pontos mais importantes do marketing de influência é justamente a naturalidade com que os assuntos podem ser abordados, não é mesmo? E é por isso que você deve fazer o máximo para **respeitar a criatividade do influenciador na hora de definir os conteúdos a serem publicados.**

Para começar, ele tem um conhecimento maior sobre a audiência com a qual ele conversa, além disso, vai entender melhor como pode se comunicar de maneira mais eficiente para transmitir a sua mensagem. A empresa deve pontuar alguns aspectos, mas ele deve ter liberdade para não criar algo que pareça um roteiro.

AVALIE E MONITORE OS RESULTADOS

O grande diferencial do marketing digital está na possibilidade de avaliar tudo o que acontece em tempo real, certo? No marketing de influência, você pode usar esse benefício para **avaliar e monitorar os resultados da sua estratégia sem perder muito tempo.**

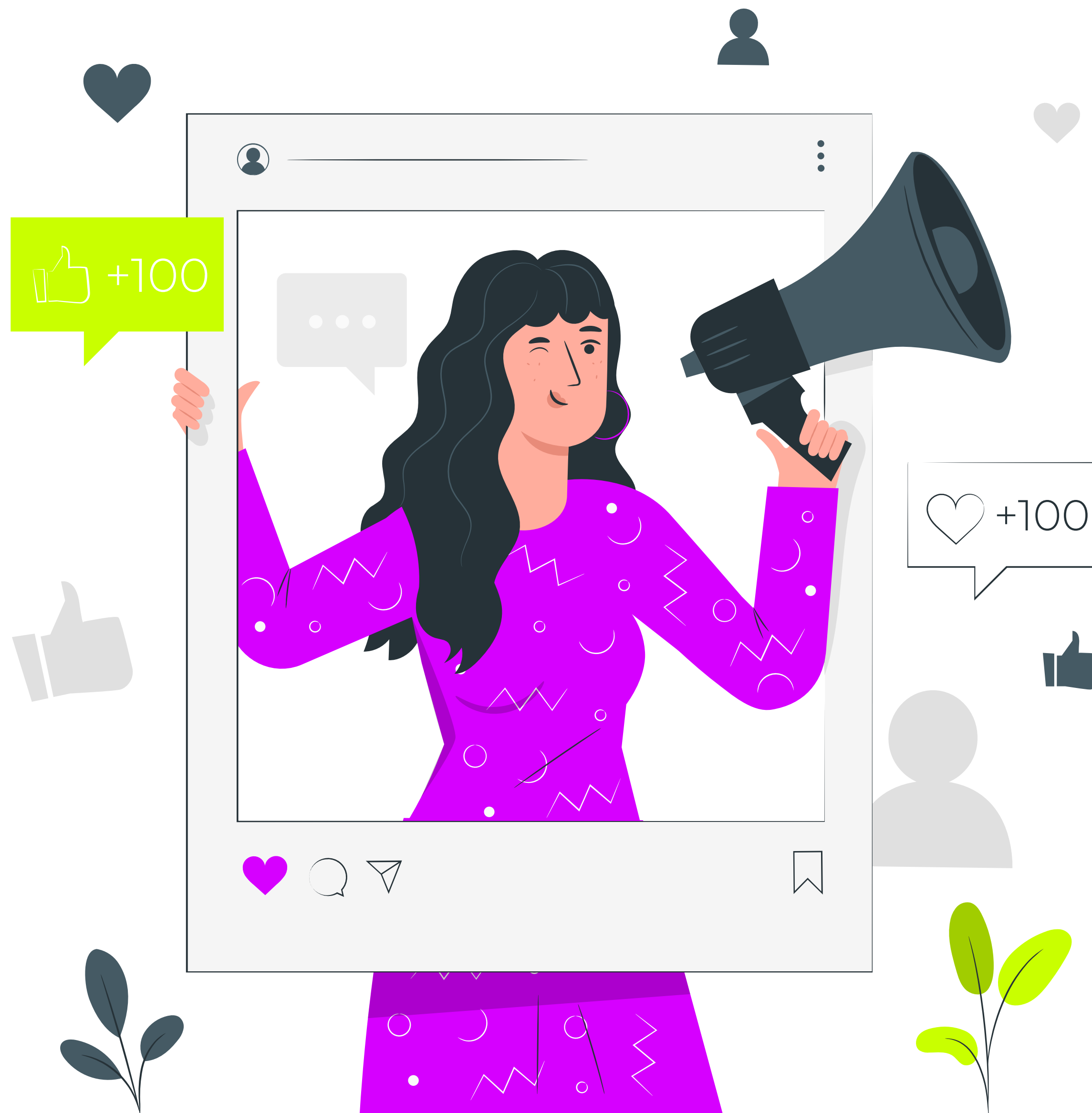
Na prática, isso significa que é possível entender se um primeiro conteúdo funcionou ou não. Ter essa visão antecipada já vai possibilitar que a sua empresa e o influenciador realizem os ajustes necessários para garantir que a estratégia gere o máximo de resultados possíveis.



CONCLUSÃO

Em um ambiente tão competitivo, tornar a sua marca mais natural e comum para o dia a dia do consumidor é muito importante. E é exatamente isso que o marketing de influência tem para oferecer, **aproximando a sua marca do seu público-alvo com mais eficiência.**

Agora que você já sabe mais sobre marketing de influência e como essa estratégia pode ser importante, que tal aprender mais? [Conheça as soluções do Sebrae](#) e descubra como o seu negócio pode ter resultados ainda melhores ao longo do tempo!





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.