



El Faro

* Por David Martínez

Influencers, contenido y notoriedad

Estamos en la era de las redes sociales, en donde existen personajes llamados "Influencers", quienes cuentan con millones de seguidores en sus plataformas, son ellos quienes difunden todo lo que sucede alrededor del mundo de una forma impresionante, es como si una noticia se esparciera como un virus, gracias a los "influencers" todo circula de manera viral.

Los influencers se han convertido en un estilo de vida, una tendencia necesaria para los negocios y empresas, aquellos que saben cómo destacar en las redes sociales y hacerse de millones de seguidores, sin duda han optado por hacer de esto su profesión, ya que cientos de empresas y negocios invierten grandes cantidades de dinero para generar presencia en los mercados y obtener una mayor captación de consumidores de sus productos y servicios. Sin duda, los influencers están rompiendo las tradicionales formas de marketing, sin embargo existe cierta relación con lo que antes conocíamos como blogueros.

Instagram, Facebook, Youtube y Twitter cuentan con los influencers más destacados en el mercado, ya que para cada plataforma digital estos personajes utilizan diferentes estrategias y tácticas para llegar y obtener la atención de los internautas. Las empresas y negocios ya se dan a la tarea de ubicarlos y conocerlos y saber qué hay detrás de cada influencers para posteriormente contratar al que mayor audiencia y beneficios genere.

Los influencers pueden ser deportistas, artistas, actores, compositores, ciudadanos, empleados de destacadas empresas, ex-políticos incluso tú. Lo importante aquí es que para poder



ser un influyente en las redes sociales la persona tiene que ser, verse y sonar creíble.

Hoy en día no existe una legislación que regule la forma o manera en la que operan los influencers, sin embargo, el hecho es que estos personajes están creando un método disruptivo y a la vez muy efectivo de marketing; generar la presencia de las marcas de una manera espontánea, gradual y muy convincente en las redes, generador fidelización de consumidores e incrementando las ventas. Por lo regular esta nueva manera de marketing va dirigida hacia los jóvenes, ya que son quienes utilizan mayormente las redes sociales, el método de comunicación que utilizan es para atraer la atención de los mismos, además, la mayoría de los jóvenes se identifican con los influencers, ya que la mayoría están imitando su estilo.

Vaya que quienes adoptan la profesión de "influencer" se han convertido en unas figuras públicas, y esto sólo

por contar con miles de seguidores. De lo anterior se deriva una gran responsabilidad social, ya que el comportamiento del influencer debe ser altamente consciente y de gran ética, dado a los miles o millones de seguidores con los que cuentan. Se han dado casos en los cuales las personas creen demasiado en lo que dice el influencer que se han llegado a cometer delitos, fraudes, entre otros. Por ello la importancia de atender y en su momento crear legislaciones que regulen la manera de operar de estos influyentes de las redes sociales. El trabajo del influencer podría ser; despertar por la mañana, enviar un video en las redes sociales en el cual te platicas su rutina para el día, que va desde un desayuno, hacer ejercicio, vestir elegante, ir a tiendas de moda o igual visitar el último restaurante de moda. Por lo regular son jóvenes bien parecidos que tienen un gran número de seguidores y de poder adquisitivo. Existen 3 tipos de influencers, y estos se identifican en base a su tamaño de

audiencia.

Micro influencer: cuenta con menos de 10.000 seguidores y sus ventajas son que logran generar una relación cercana con su audiencia y son los más baratos en el mercado.

Macro influencer: son aquellos que cuentan con más de 10,000 seguidores y menos de 50,000, sus ventajas son que tienen una posición bien establecida y cuentan con experiencia trabajando con marcas.

Celebrities: son aquellos que cuentan con más de 1 millón de seguidores, tienen una exageración de audiencia y son profesionales para el reconocimiento de una marca.

Para las empresas que aún tienen cierto grado de dudas respecto de los influencers, les informo que llegaron para quedarse y que no será nada pasajero, existen Universidades en el mundo que ya están incluyendo dentro de sus programas de estudio la profesión de influencer, también existen libros en los cuales se instruye y educa para obtener más de 10,000 seguidores en las redes sociales y convertirte en un verdadero influencer. Los influencers ganan grandes cantidades de dinero por publicación, si bien es cierto, es un nuevo y disruptivo marketing digital, permitiendo otra forma de posicionar los negocios e incrementar sus ventas. John Sculley: "Los líderes de éxito serán aquellos que dirijan inspirando a los individuos".

*** David Martínez**
RMR Consultores en Innovación
Disruptiva
david@rmr.mx