

Las fashion bloggers ayudan a vender a tu tienda online

Una buena campaña de marketing en moda, además de requerir un presupuesto para SEO y SEM, también necesita contar con el apoyo de influencers que en el caso de la moda se trata de las fashion bloggers

Los comercios electrónicos que empiezan de cero muchas veces no saben a qué destinar su presupuesto y gastan todo el dinero destinado para marketing en campañas de mails y en SEM. Ello puede suponer un gasto enorme y a la vez inútil debido a que si esas campañas de marketing no están apoyadas por otras de linkbuilding y SEO, el ecommerce en cuestión tiene un destino funesto.

Por ello, una buena estrategia de marketing para una tienda online especializada en moda es buscar apoyos externos para conseguir implementar una estrategia de linkbuilding efectiva. Lo más fácil, pero a la vez más complicado, es contar con las especialistas en moda de las redes sociales, conocidas como influencers por su capacidad de convencer en sus posts de sus respectivos blogs a sus seguidores o seguidoras, pero también conocidas como fashion blogger's. Ellas con sus artículos en sus blogs conseguirán dar al comercio online en cuestión el impulso necesario para llegar a más público gastando menos recursos.

Hay que saber escoger con criterio a las fashion blogger's que representarán un ecommerce, no sólo se debe tener en cuenta en el número de seguidores que tienen en las redes sociales, ya que esas estadísticas son fácilmente manipulables, hay que fijarse sobre todo en la visibilidad de su blog, el número de visitas y en cómo está posicionado. Para ello se debe hacer un pequeño estudio del blog en cuestión para ver si realmente encaja con el presupuesto y los objetivos.

Tiendas online como Chollomoda o Buylevard cuentan fervientemente con las blogueras de moda para dar ese empuje a sus ventas online. Otras webs como es el caso de AndorraQshop también suele contar con la colaboración de estas influencers para llegar a un público mayor. Así han conseguido posicionarse en las primeras páginas de Google en productos como las pulseras Pandora, gafas Ray-Ban o relojes Michael Kors.

El comercio andorrano empezó contando con las blogueras más importantes del Principado como pueden ser Andrea Francisco del blog Another Fashion World o Txell Flores del blog Punkarrillas. Después el salto llegó de la mano de las grandes blogueras de España, entre ellas Silvia Navarro del blog 1sillaparamibolso, Silvia Zamora del blog Lady Addict o la exmiss España, Remedios Cervantes con su blog 50remedios.

Pero una buena estrategia de influencers debe contar también con otros blogs que están en crecimiento como el de Ana Pérez (Ma petite by Ana) o Pilar Pascual (La reina del Low Cost), pero sin olvidar otros blogs muy trabajados como son el de Míriam Gómez (Trendymiriam), Patti Santamaria (Shoes & Basics) o el de Ana Ramos (Less is more) que darán el apoyo necesario al ecommerce en

cuestión para tener una mayor presencia online. Estas serían un pequeño ejemplo de influencers que hay en España. Cada tienda online debe buscar la bloguera que mejor se adapta a sus necesidades y establecer las colaboraciones necesarias.

No toda la estrategia de marketing debe encaminarse en este sentido, pero si una parte del presupuesto tiene que estar destinado a este tipo de colaboraciones para mejorar la visibilidad de la tienda, crear marca, aumentar las visitas y, por supuesto, mejorar las ventas.

Datos de contacto:

Emilio Narváez

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Moda Marketing](#) [Sociedad Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>