

Los grandes influencers pierden engagement: generan un 44% menos de interacciones

En un mercado saturado, la fiebre por los influencers muestra síntomas de agotamiento y en este escenario los usuarios adquieren cada vez mayor relevancia a la hora de recomendar y decidir cuáles serán las tendencias. En este contexto, la española Fulltip afronta el reto de convertir el marketing de recomendación en uno de los mejores canales para las marcas

En los últimos años, el número de empresas que han recurrido a la llamada de los influencers para dar a conocer su marca y aprovechar su influjo a la hora de vender sus productos o servicios no ha parado de crecer. Una situación que ha producido un auténtico “boom” del influencer marketing que el año pasado realizó una inversión mundial de 8.780 millones de euros.

Sin embargo, los datos indican que la capacidad de influir de este tipo de “influencers-celebrities” se está erosionando. De hecho, según los datos de un reciente informe elaborado por Trust Insights entre más de 3.600 marcas y 150 influencers del ámbito de la moda, la capacidad de generar engagement por parte los influencers ha caído un 44%* tan solo entre febrero y junio de 2019.

Actualmente, el mercado está saturado y reinventarse es cada vez más complicado para las marcas, en un entorno en el que el fenómeno de los influencers está decayendo. El aumento del bloqueo de anuncios, la falta de credibilidad, la compra de ‘likes’, comentarios y seguidores falsos son prácticas que se han extendido y han conseguido que poco a poco vayan perdiendo capacidad de prescripción.

Por el contrario, los consumidores recurren, cada vez más, a las opiniones de los usuarios de a pie o a otros métodos de recomendación antes de adquirir cualquier producto o servicio. Según Eduardo Fernández, CEO y fundador de Fulltip, “el mensaje antes era unidireccional donde lo más habitual ha sido recurrir a influencers, casi “celebrities” para la prescripción, cuando en realidad son las recomendaciones de usuarios reales, quienes representan al 99% de la población, las que tienen el verdadero poder de influencia en nuestro día a día a la hora de tomar decisiones. Desde Fulltip tenemos claro que ha llegado la hora de empoderar ese poder de prescripción y recompensar al usuario por aportar su recomendación”.

Un nuevo punto de inicio para las compras online

En este contexto Fulltip viene a posicionarse como el primer marketplace que paga a los usuarios por cada recomendación que acaba en compra. El objetivo de la compañía es convertirse en el punto inicial de todas las compras online, ofreciendo beneficios a todas las partes. Por un lado, el usuario que recomienda recibe ingresos extra si su recomendación termina en compra o si él mismo compra (cashback). Sus amigos y conocidos descubren lo que buscan de forma rápida y sencilla. Y las marcas presentes en el marketplace aumentan sus ventas llegando a clientes potenciales con un interés real en adquirir el producto porque se lo ha recomendado una persona de su confianza.

“Tenemos ante nosotros el reto de consolidar el marketing de recomendación como uno de los canales de mejor rendimiento para las marcas. No está entre nuestros objetivos influir en la compra sino recompensar la recomendación”, comenta Eduardo Fernández, CEO y fundador de Fulltip. Y es que, aunque las acciones de referral todavía suponen en España un fenómeno relativamente nuevo, el marketing de recomendación se sitúa como una de las principales tendencias de crecimiento. Las personas se fían mucho más de la opinión de otro particular que de la de la marca en sí o de la de un influencer.

Fulltip es el primer marketplace que paga a los usuarios por cada recomendación que acaba en una compra. El proceso es muy sencillo. El usuario sólo tiene que descargarse la app gratuita de la compañía, disponible para iOS y Android o entrar directamente en la página web de Fulltip. En ella encontrará productos y servicios de más de 300 marcas de 14 categorías, que podrá comprar, contratar o recomendar a sus amigos y familiares. Con cada compra, directa o de aquellos a quienes se ha recomendado, el usuario recibe un ingreso en su cuenta. Además, el usuario también puede ganar dinero invitando a sus amigos a que se registren en Fulltip.

*Fuente: Trust Insights

Datos de contacto:

Axicom
91 661 17 37

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

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>