Publicado en el 13/01/2017

Los influencers pueden convertirse en grandes aliados para las Pymes

Las pequeñas y medianas empresas pueden encontrar en los influencers una fuente de beneficios puesto que estas personas son consideradas por los clientes como grandes referentes

Un influencer es el sueño de las marcas. Esta figura vino para sustituir al famoso por su trabajo (actores, cantantes...) Ambos conviven, pero en las redes sociales el influencer destaca por tener ciertos conocimientos del sector que le interese a la empresa.

Estas personas tienen una gran presencia en las redes sociales, legiones de seguidores y gozan de credibilidad. Pueden ayudar a dar a conocer un producto a la pyme.

Caso Hawkers

En sus inicios la empresa ilicitana contó con el respaldo de Jorge Lorenzo. Llevar las mismas gafas que tu ídolo fue el primer paso para una excelente campaña de marketing en las redes. Sobre todo cuando como la pólvora, otros rostros conocidos en Facebook se dejaban ver con el producto.

Apostar por una persona que cuenta con apoyo y respeto por posibles clientes, puede resultar más beneficioso y económico para una pyme. Las redes sociales han democratizado el poder convertir en prescriptor de una marca o producto, a un influencer.

Elegir bien al influencer

A una pyme no le interesa un aspirante a influencer, es decir, alguien que espera que las marcas toquen a su puerta e inunden de productos su casa, sólo por su "carisma".

La persona que ha sabido crear una comunidad y una credibilidad es la indicada. Porque su legión de seguidores lo tienen por un amigo, ese amigo que no te va a recomendar un producto de mala calidad.

El vecino de toda la vida VS la estrella

Una pyme no puede permitirse gastar su dinero destinado a publicidad y marketing en un personaje famoso, no sería inteligente ni es lo que le beneficiará.

Se trata de encontrar un influencer quizás no tan mediático pero sí que se ajuste a nuestro nicho. Y los hay y con la misma cercanía que los que son noticia a nivel nacional.

Un influencer no es sinónimo de un me gusta infinito

El riesgo que conlleva ceder nuestro producto es que al destinatario simplemente no le guste. Y no se lo va a decir a una decena de personas sino a muchas más.

Así que antes de ponerse en contacto con esa simpática chica que maquilla, es necesario pensar en su recorrido, la lealtad de sus fans y si el producto encaja con su estilo.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Pymes y Autonomos

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: Nacional Sociedad E-Commerce Recursos humanos Dispositivos móviles

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es