

Reech presenta los resultados del Estudio Europeo 2019 sobre Influencer Marketing

Reech, agencia de publicidad especializada en marketing de influencers, ha presentado recientemente los resultados de su estudio: Los Influencers y las Marcas 2019. En el estudio participaron más de 1.400 influencers de toda Europa y fue presentado en España durante la celebración del E-Show en Barcelona, feria de referencia de Marketing Digital y E-commerce

Reech, con sede central en París, está presente en varios países y se define como una agencia de publicidad Brand-tech que aúna en cada una de sus propuestas un alto contenido estratégico, tecnológico y creativo.

Por tercer año consecutivo, la agencia ha llevado a cabo un estudio sobre la situación actual del Marketing de Influencia a nivel europeo. El estudio se llevó a cabo durante el pasado mes de diciembre y para elaborarlo fueron analizadas las opiniones de más de 1.400 influencers. Las conclusiones del estudio: Los Influencers y las Marcas 2019 revelan datos sorprendentes sobre las formas de colaboración más demandadas por las marcas en los diferentes sectores y categorías, la media de ingresos que obtienen los influencers gracias a sus colaboraciones con marcas, o la forma en la que los propios influencers comunican estas colaboraciones a sus seguidores.

Junto con el estudio: Los Influencers y las Marcas 2019, Reech presentó su guía práctica sobre el Marketing de Influencers llamada 12 mejores prácticas del Marketing de Influencers. Según palabras de su CEO, Guillaume Doki-Thonon, el propósito de Reech con la presentación y distribución de este tipo de contenidos es contribuir a la profesionalización del mercado del Marketing de Influencia y ayudar a difundir los principios básicos del mismo entre anunciantes, agencias, representantes y cualquier otro player involucrado en el sector.

Ambos estudios pueden ser descargados y consultados de forma gratuita a través de la página web de Reech: <https://es.reech.com/whitepaper/>

Gracias a su tecnología propia, Reech puede buscar entre más de 500.000 perfiles para localizar a los influencers más apropiados para cada campaña, además cuenta con monitorización de resultados en tiempo real de todas sus acciones; lo que le ha permitido trabajar a nivel internacional para grandes marcas como Carrefour, Givenchy, Knorr, Fnac o Kellogg's.

Datos de contacto:

Ernesto Ibarra
Reech Business Developer
912694499

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

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>