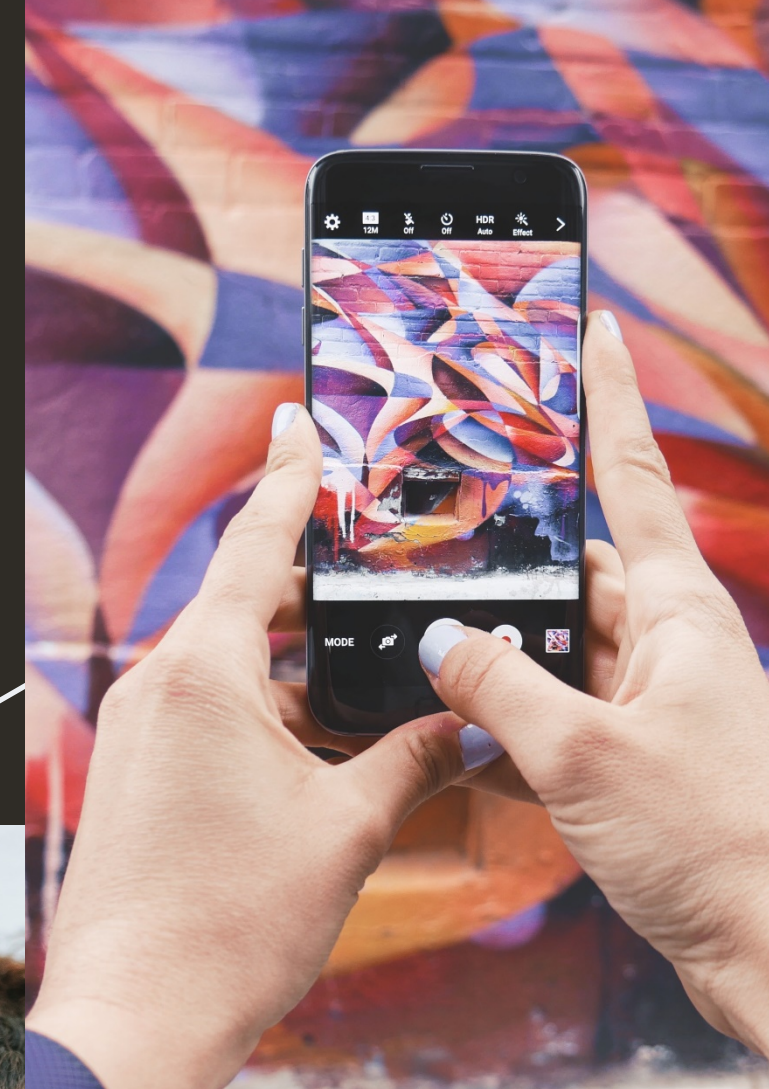




#TRENDINGTOPIC

Influencers

Y SU IMPACTO EN LAS MARCAS

Edaliz Ferrer Lic. R-036
Consultora y profesora
Eferrer PR & Integrated Communications





“El abogado labora en la corte legal; el relacionista profesional, en la **corte de opinión pública**”.

- Patrick Jackson



BACK TO BASIS

El proceso de
formación de la
opinión pública

Objetivo con la opinión pública es uno de tres:
¿Cambiarla? ¿Modificarla? ¿Afianzarla?



ESTRATEGIA

- ¿Qué se ha hecho antes?
- ¿Quiénes han estado vinculados antes con la marca?
- ¿Con quiénes esa marca ha estado vinculada?
- ¿A quién le conviene esa asociación?

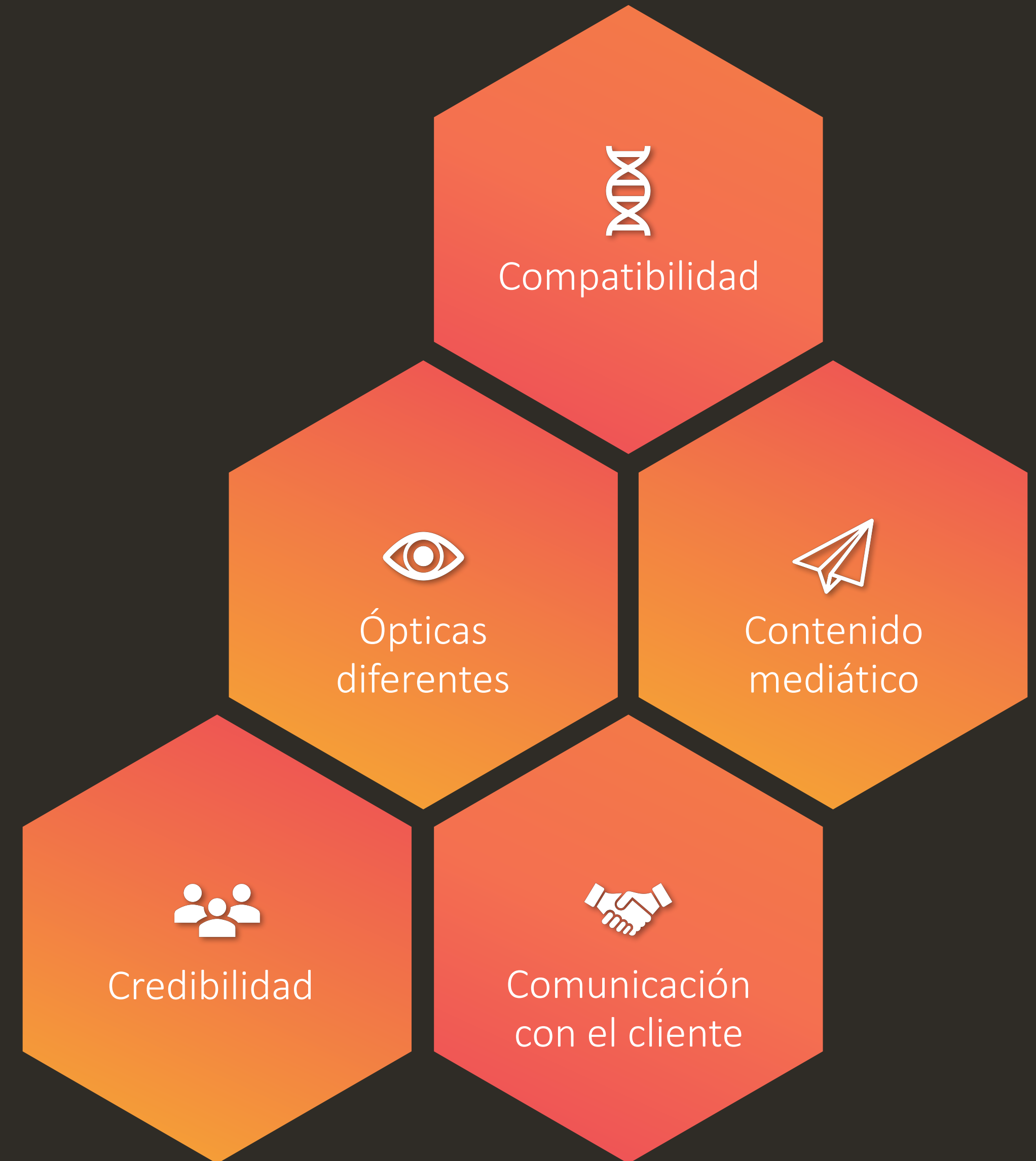
Valor agregado a la marca.

Presentar la mejor experiencia con el producto/ idea/servicio a segmentos específicos del mercado para lanzar un producto o una nueva marca.





¿Cómo los influencers
generan un **impacto** en
la marca?



Para que haya impacto
tienes que hacer un **perfil**
de quien tú quieres que
represente tu mensaje



Lista de **influencers**



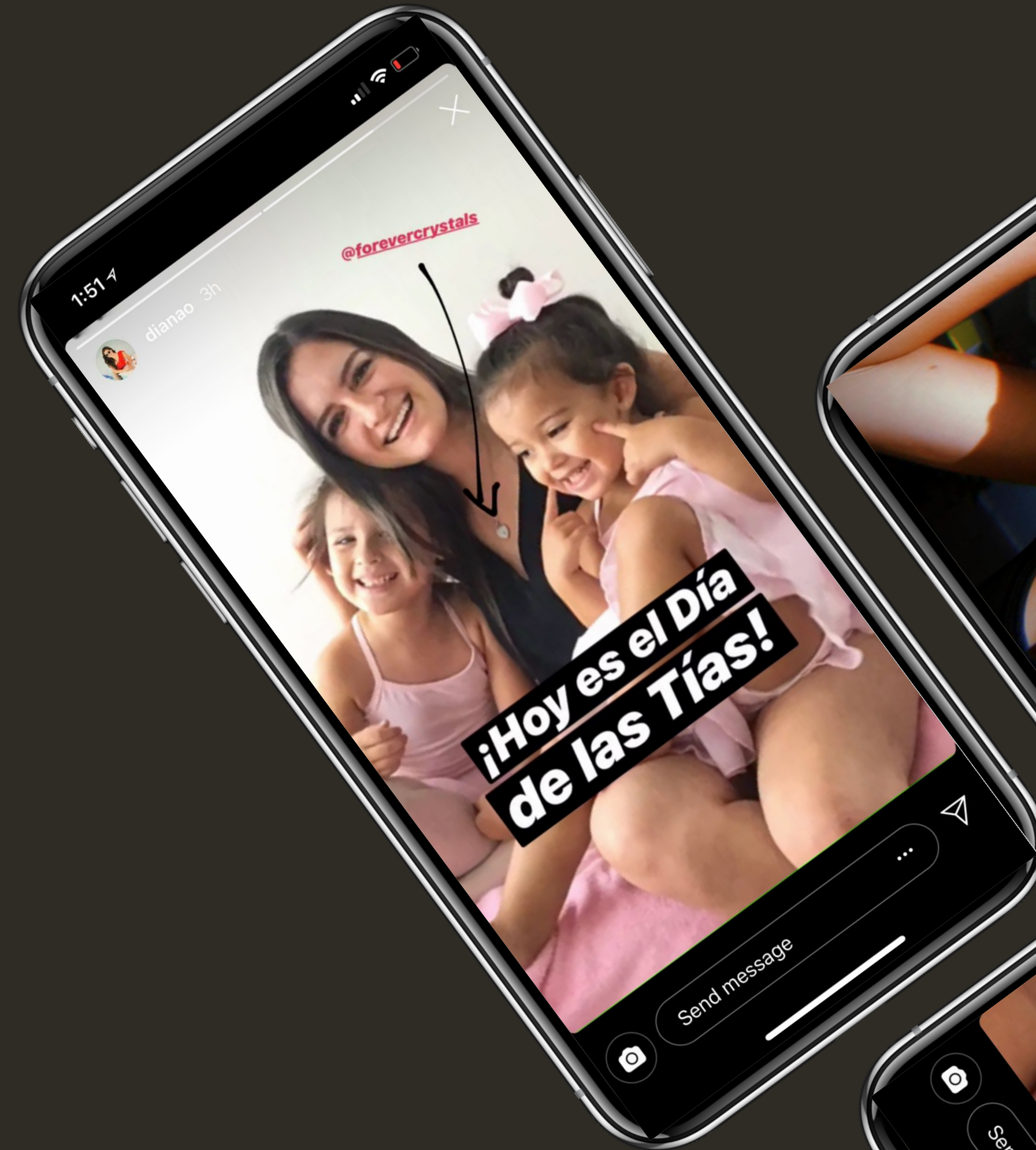


El influencer para RRPP es una relación idónea traducida en un número de comentarios o likes en las redes sociales.

Esta relación representa **confianza** por parte de los representantes de la marca y de los influencers digitales.



Tácticas





Táctica fallida

Compañía: Hershey's

<http://mouse.latercera.com/hersheys-campana-instagram/>





Algunas plataformas para buscar datos de los influencers:

- Klear.com
- Upfluence.com
- intellifluence.com
- [Klout.com](#)
- [PeerIndex](#)
- [eBuzzing](#)



- En esta se agrupan todas : influencermarketinghub



Los influencers aumentan la presencia, le dan visibilidad a la marca e impactan definitivamente en la reputación siempre que sea parte de la estrategia y hayamos trabajado con el proceso del relaciones públicas para que sea parte del plan: RACE.

– Edaliz Ferrer





“En una democracia, la opinión sostenida por los líderes se convierte en la opinión de las masas en el futuro”.

Edward L. Bernays



¿Preguntas?