

16:9 25p

F3.5 FX

● REC

A
□

100%



IN FLU EN CERS

QUAL O
MOTIVO DO
SUCESSO?

ESAMC

INTRODUÇÃO

Eles têm dominado não só a internet, mas também campanhas de grandes companhias nacionais, além de terem transformado completamente o poder de compra do consumidor. Vamos conversar sobre influenciadores digitais? Aqui entenderemos melhor seus trabalhos, as marcas que utilizaram rostos famosos da internet em suas campanhas, dentre outros assuntos que englobam seu poder, principalmente dentre a geração mais jovem.

O PODER DA INTERNET

Antes de começarmos a falar efetivamente dos influenciadores da era digital, é importante trazermos alguns dados sobre o uso da internet pelos brasileiros.

**Pesquisa realizada pelo Governo Federal em 2015
constatou que o brasileiro passa mais tempo na internet
do que em qualquer outra plataforma midiática.**



A woman with brown hair tied back, wearing glasses and a light pink t-shirt, is looking down at a white smartphone she is holding with both hands. The background is a bright window with a view of a city. The image has a soft, warm tone.

DIRETO

AO PONTO:

O QUE SÃO

INFLUENCERS?

De acordo com o Wikipedia, os influenciadores digitais são: “pessoas, personagens, marcas ou grupos que se popularizam em redes sociais como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e outras, gerando conteúdo e um público massivo que acompanha cada uma de suas publicações e eventualmente compartilham com outras pessoas”.

Eles carregam este nome devido à relevância do seu conteúdo para quem os acompanha. Ao utilizarem ou falarem sobre um produto ou serviço numa mídia online, geram desejo de consumo em um público relevante. Isso porque muitos deles são responsáveis por formar opiniões e alguns deles chegam a ser vistos como autoridades em assuntos como moda e humor, por exemplo.

E OS MICRO INFLUENCIADORES?

Os micro influenciadores possuem entre 05 e 100 mil seguidores nas redes sociais e podem realizar parcerias com marcas. De acordo com pesquisa realizada pela plataforma Squid:



74,9% dos micro influenciadores são mulheres, mas há um crescimento do público masculino.



O maior público de micro influenciadores é composto pela faixa etária de 26 a 35 anos – 52,6%, seguida pela de 18 a 25 anos – 31,3%.



Os assuntos mais tratados são: Lifestyle – 35,6%; Fashion – 27,4%; Arte – 11,9%.



Por terem seus segmentos mais nichados, os micro influenciadores chegam a gerar mais engajamento com o público, a cada 04 impressões, 01 pessoa é envolvida nas publicações.



CH

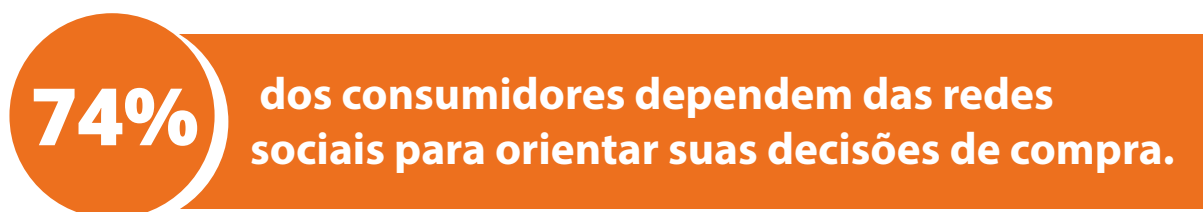
CH

CH

CHANGES...

Você notou que antes dos influenciadores digitais surgirem, somente um seleto grupo de artistas e jornalistas ditava a moda e era considerado formador de opinião? Eram “escolhidos” pela grande mídia, por meio de jornais, rádio, televisão e cinema, essas pessoas determinavam o que era tendência. Mas a realidade mudou e hoje pessoas aparentemente comuns ajudam a influenciar milhares de outras por meio da internet.

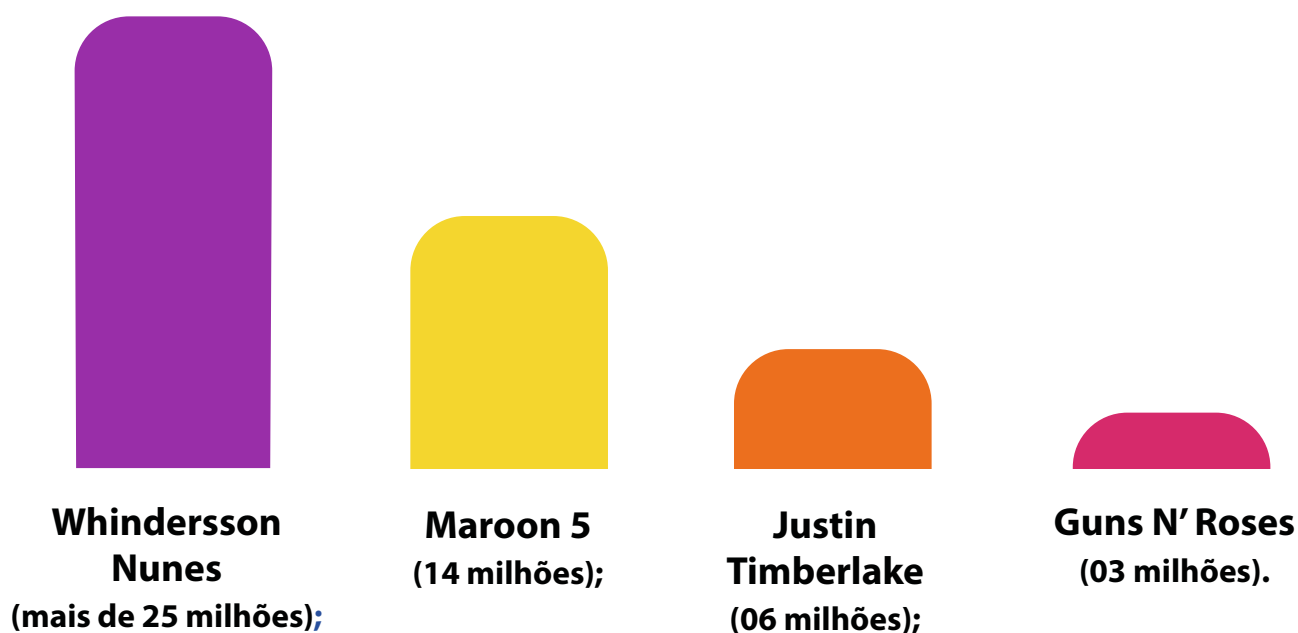
Pesquisa da Sprout Social revelou que:



Conclui-se que uma quantidade maior de pessoas recorre aos influenciadores digitais na hora da tomada de decisões de compra e serviços acima de qualquer publicidade.

O Rock In Rio 2017 comprovou o poder destes influenciadores, que são adorados pelas novas gerações. O evento agitou multidões de roqueiros e fãs de pop music e, além disso trouxe uma novidade: o palco “Digital Stage”, dedicado exclusivamente a Youtubers e criadores de conteúdo no ambiente online. Dentre as atrações do espaço, o público pode acompanhar rodas de bate-papo, batalhas de dublagem, quadros de humor e interação em tempo real com os expectadores guiada por headliners, como: Mauricio Meirelles, Felipe Castanhari (Canal Nostalgia), a equipe do Canal Parafernália e, claro, Whindersson Nunes.

Vamos ter uma ideia da influência dos participantes do evento no evento, dentre Digital Stage e Palco Mundo:



Outro detalhe importante para esta diferenciação é a relevância. Os vídeos dos top 25 influencers do Youtube quando comparados às celebridades têm:





OS

INFLUENCIA _

DORES ESTÃO

DOMINANDO!

Estudos e pesquisas foram realizados para tentarmos entender sobre essa novidade, e assim podemos notar as transformações deste cenário.

Os brasileiros descrevem as principais características de uma personalidade como:

Autenticidade

Originalidade

Inteligência

Humor

Por isso os youtubers são admirados, eles se diferenciam de outras celebridades convencionais, pela produção constante de vídeos associados ao dia a dia, sem uma produção mais elaborada.

Estudo realizado pelo Google descobriu que:

Para os jovens, os youtubers escutam e se relacionam mais do que as celebridades, resultando em relações mais de amizade do que de fãs.

A comprovação veio pelo estudo “Os Influenciadores – Quem Brilha na Tela dos Brasileiros”, realizado pela Provokers para o Google e o Meio & Mensagem, traz novos insights sobre figuras públicas nas quais os jovens brasileiros mais se espelham. Pela primeira vez o ranking foi ocupado por alguém que nasceu do digital: o humorista Whindersson Nunes, dono do maior canal de Youtube no Brasil em número de inscritos.

Na edição de 2016:

1º Lugar:



Luciano Huck
(apresentador)

2º Lugar:



Whindersson Nunes
(influenciador)

Na edição de 2017:

1º Lugar:



Whindersson Nunes
(influenciador)

2º Lugar:



Rodrigo Faro
(ator e apresentador)

3º Lugar:



Lázaro Ramos
(ator e apresentador)

4º Lugar:



Thaís Araújo
(atriz)

Uma pesquisa realizada pela Snack Intelligence, plataforma de network brasileira, revelou quem são os 10 youtubers mais influentes do mundo e o comediante Whindersson Nunes ficou com o 2º lugar desta lista.

Até 2020 os indivíduos da Geração Z irão compor 20% da mão de obra do planeta, direcionando ainda mais as tendências de consumo globais, ou seja, “Youtubers”, Blogueiros e “Instagrammers” terão mais influência que personalidades da televisão, cinema, ou de outros nichos de entretenimento.

A close-up photograph of a woman with voluminous, curly brown hair. She is smiling warmly while looking down at a black smartphone held in her hands. She is wearing a red and blue plaid shirt and a thin gold chain necklace. The background is softly blurred, suggesting an indoor setting like a cafe or home. In the bottom left foreground, a white coffee cup on a saucer is partially visible.

DA

INTERNET

PARA O

MUNDO!

Já se sabe que os millenials, por exemplo, depositam mais confiança em celebridades das mídias sociais do que as demais faixas etárias. Por isso as empresas estão contratando influenciadores para dar uma nova cara às ações de marketing a fim de conquistar a aprovação do público jovem. Veja nos exemplos a seguir:

A youtuber Julia Tolezando, a Jout Jout, estrelou o comercial da empresa de telefonia Vivo:



Clique e assista

Outra campanha da mesma marca foi estrelada pela dupla do canal Depois das Onze, Gabie e Thalita:



Clique e assista

A concorrente, TIM, conseguiu o 3º lugar no ranking mundial nos assuntos mais comentados no Twitter ao realizar uma transmissão ao vivo com a blogueira Kéfera, dona do canal 5incominutos:



Clique e assista

Outro exemplo foi a ação da marca Tresemmé, que escolheu a blogueira Camila Coelho – famosa por seus tutoriais de moda, beleza e comportamento – para estrelar um comercial de TV.



Clique e assista

Whinderson Nunes foi a cara do Bob's em diversos comerciais, como o do #MilkFake:



Clique e assista

Além da atriz Fernanda Souza, o comercial da Niely foi estrelado por Taynara OG e Ju de Paulla, influencers digitais que surgiram a partir do Snapchat:



Clique e assista

Todos os exemplos citados acima chamaram a atenção de grandes marcas não só pela quantidade de seguidores que têm, mas porque falam para uma audiência segmentada, portanto, rendem um tipo de publicidade mais assertiva do que outdoors e comerciais de TV.

CONCLUSÃO

Agora que já sabemos sobre os influencers, que conclusão podemos tirar a respeito deles? Nós entendemos que, além de terem dominado o ambiente digital, os influenciadores digitais que surgiram de blogs, Instagram, Twitter, Snapchat, Youtube, dentre outras plataformas, mudaram o comportamento do consumidor, que se impactam mais com a simplicidade do conteúdo divulgado pelo influenciador. Aproveitando-se deste momento em que os digital influencers estão em alta, as marcas souberam se apropriar deste conteúdo como forma de opinião repassada ao público mais jovem e que segue essa novidade provinda da internet.

ESAMC



/ESAMC



/ESAMCOFICIAL



/ESAMCOFICIAL