

WEBMINAR APLICACIONS,  
XARXES SOCIALS I  
INFLUENCERS PER DINAMITZAR  
EL TEU NEGOCI

Eurecat©

Docent:  
Jairo Cortés

Data:  
26/03/2020

[www.eurecatacademy.org](http://www.eurecatacademy.org)  
[academy@eurecat.org](mailto:academy@eurecat.org)

 @eurecat\_learn

 Eurecat Academy

## Continguts

Xarxes Socials e influencers al sector turisme

Com localitzar influencers

Com auditar l'autenticitat del perfil d'un influencer

Plataformes intermedàries amb influencers



## Xarxes Socials

És un espai virtual creat mitjançant una aplicació, on es troben els usuaris per compartir informació en diversos formats, text, vídeo, imatges ...

I tenen diàlegs entre ells.

Existeixen moltes més que les clàssiques Facebook, Instagram o Twitter.

## Xarxes socials horitzontals

Són generalistes i no es centren en una temàtica concreta

## Xarxes socials verticals

Estan centrades en un àmbit molt concret



## Estratègies d'adquisició d'usuaris

Les estratègies d'adquisició d'usuaris son principalment accions de màrqueting focalitzades a adquirir usuaris, per tal d'augmentar la nostre bdd de clients finals.



## Definim un públic objectiu

Ja sabem, persones que comparteixen diferents aspectes entre ells que poden ser homogenis i interessants pel nostre producte.

**Perfil demogràfic:** Gènere, edat, estat civil, fills, ubicació,...

**Perfil socio-econòmic:** Estudis, feina, nivell d'ingressos...

**Perfil psicogràfic:** Estil de vida, hàbits de consum, preferències,...

## Definim un buyer persona

És un segment de mercat però molt més concret.  
Hem de crear un perfil fictici del teu segment,  
evitant generalitzacions.

Aquest avatar, ens permetrà pensar en ell  
quan vulguem parlar mitjançant els canals,  
els que siguin, que hem escollit.





# Mètodes d'adquisició d'usuaris

## Estratègies PUSH

Accions agressives de publicitat i visibilitat dels nostres productes i serveis, que suposa una intrusió en el sistema de la nostre audiència.

Quan el producte no és coneix, és una bona estratègia per crear una demanda nova captant nous usuaris.



# Mètodes d'adquisició d'usuari

## Estratègies PUSH

- Dissenyar estratègies SEM (Search Engine Marketing) i SMM (Social Media Marketing) combinades.
- Dissenyar campanyes de notificacions push i SMS.
- Dissenyar campanyes de pagament amb banners display i vídeo ads.
- Dissenyar campanyes de e-mailing.
- Obtenir visibilitat en espais destacats de Marketplaces d'apps.
- Tenir visibilitat en canals offline: TV, ràdio, premsa...



## Gestió i millora de la reputació de marca

La reputació de la marca és la percepció, bona o dolenta, que la potencial audiència pot tenir sobre la nostre identitat corporativa.

Els beneficis, directes o indirectes de la reputació de la nostre marca són evidents de manera orgànica per l'adquisició d'usuaris.

Si confien en nosaltres, seran clients nostres.



## Programes de fidelització

### Avanç

- Programes de fidelització per retenir clients.



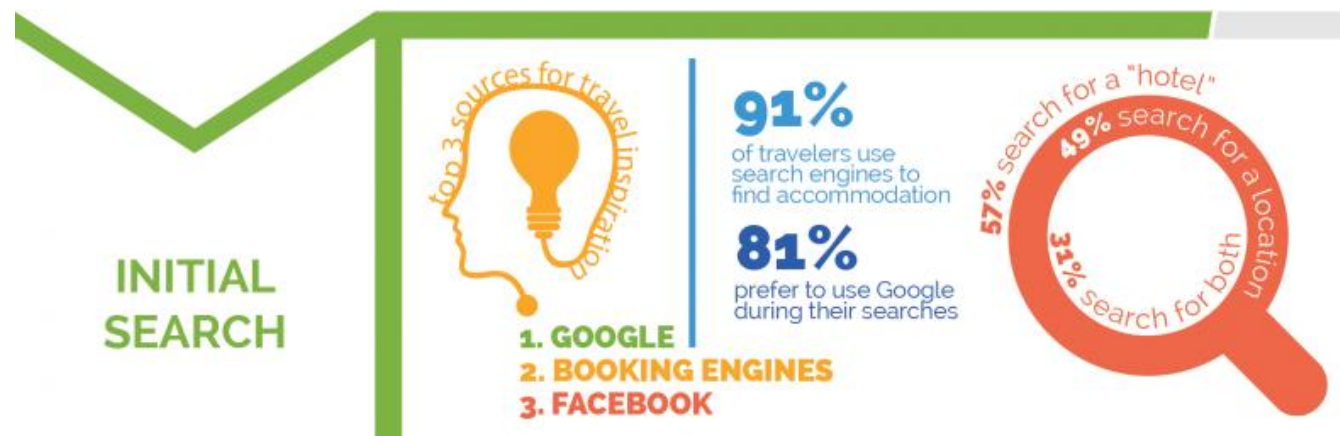
### Actualitat

- Programes de fidelització per donar ofertes personalitzades al client.



## Dades de recerques sector turístic

- El 91% dels usuaris utilitzant els buscadors quan volen fer una reserva.
- El 81% prefereix utilitzar Google per fer les recerques.
- 57% de recerques busquen “hotel”.
- 49% del usuaris busquen per destinació.
- 31% dels usuaris utilitza la combinació de “destinació + hotel”



## Tendències Social Media al sector turístic

- Al 55% de les persones els agraden les pàgines de mitjans socials relacionades amb els viatges que estan planejant.
- El 52% dels usuaris de Facebook va dir que les fotos dels seus amics inspiraven plans de viatge.
- El 50% de les empreses hoteleres tenen un motor de reserves o un giny en la seva pàgina de Facebook.



## SEO

### SER TROBAT

Una bona estratègia SEO busca tenir presència i guanyar rellevància en les cerques que realitzen els teus potencials clients a internet

## SOCIAL

### GENERAR CONFIANÇA

Una estratègia adequada de SocialMedia té per objectiu generar confiança en l'usuari i guanyar notorietat de marca.

## SEM

### PRAGMATISME I FOCUS EN VENDES

Es poden recollir resultats des del minut 1. El procés de mesurament i optimització és clau per a obtenir un bon ROI.

## CONTINGUTS

### OFERIR VALOR

L'estratègia de continguts ha d'integrar-se dins de l'estratègia SEO, Social i d'Email Màrqueting.

## EMAIL

### LA PORTA DE LA FIDELITZACIÓ

Tenir una bona base de dades d'email màrqueting és una oportunitat de fidelització de clients.

## INFLUENCERS

### EL PODER DE LA RECOMANACIÓ

L'abast i influència dels Influencers és molt gran.

# Influencers





El 56% dels usuaris segueix les recomanacions dels seus amics.

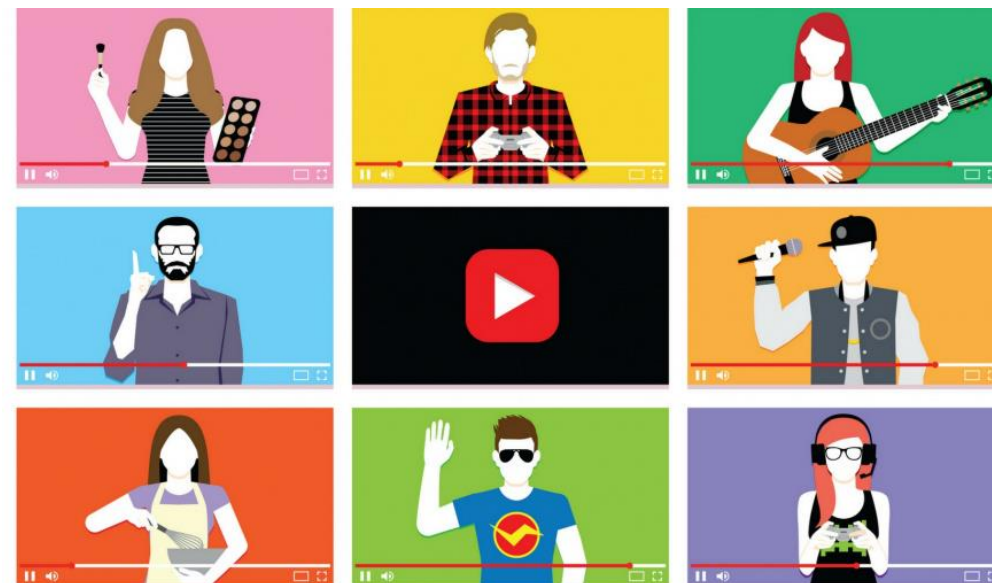
Un 49% de les persones confia en les recomanacions de influencers a Twitter.

Mentre que un 40% d'ells ha comprat un article online després de veure que un influencer l'estava usant en Instagram o Youtube.

Les seves opinions es tradueixen en vendes

No es fa publicitat, es comparteixen experiències

El influencer crea contingut que genera engagement



**Establiment dels objectius:** què es pretén aconseguir, i amb quin KPI's s'avaluarà l'assoliment d'aquests objectius

**Elecció del influencer:** caldrà fixar-se en el perfil dels seguidors als quals es dirigeix i al engagement que generen, més que en xifres de seguidors. Tot degudament verificat.



**Definició de les accions i creació dels continguts:** han de ser consensuats prèviament per totes dues parts



**El tracte amb els influencers viatgers:** aquests perfils busquen el més espectacular per a la seva audiència i ajudar-los a crear un bon contingut serà la millor arma per a obtenir un bon retorn.



**Execució i mesurament dels resultats:** a través de les mètriques prèviament definides en la primera fase

## Emissor y Receptor

Quan definim una campanya amb un influencer cal pensar com rebem aquesta acció promocional. Es a dir, quina promoció de captació farem per tal de treure bon rendiment de la campanya.

Cal definir un objectiu de la campanya, que no cal que sigui la venda directa, però s'ha de poder mesurar mitjançant eina d'anàlisi de dades.



## Com localitzar influencers

## Localitzar el influencer adequat

Es important fer una bona tria per trobar el influencer adequat, per dues raons:

- Pel segment d'usuaris al que ens dirigim. En aquest sentit cal analitzar el tipus de contingut que ofereix, la interacció que rep, per tal de poder interpretar el tipus de comunitat que disposa.
- Per la naturalitat de la recomanació. Messi té més força quan fa un anunci de Addidas que de Natilles, no?

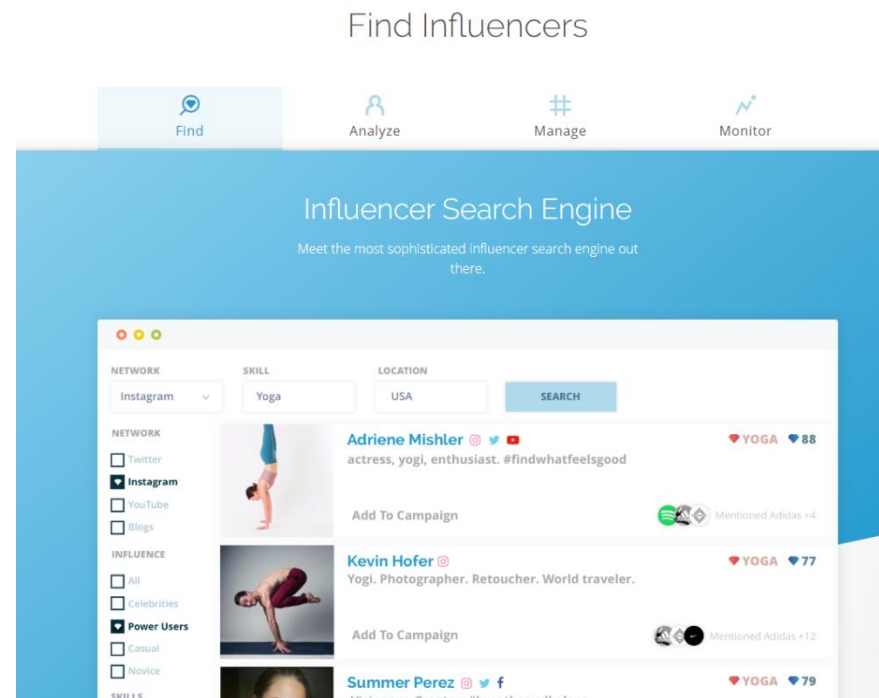
The screenshot displays a web application interface for finding top authors. The search term is 'digital marketing'. The results are sorted by 'Avg Engagement' and show 22 results. A detailed view of the top content by Dara Fontein is shown, including the article title '5 Free Lightroom Instagram Presets (and How to Use Them)', the author's name, and social media engagement metrics (3.2K likes, 195 tweets, 4 retweets, 1 share, 3 links, Evergreen Score 9).

Author	Articles Published	Avg Engagement	Total Engagement	VIEW TOP CONTENT
Dara Fontein	7	5,078	35,551	VIEW TOP CONTENT
	8	5,041	39,225	VIEW TOP CONTENT
	6	5,258	32,187	VIEW TOP CONTENT
	10	1,589	28,228	VIEW TOP CONTENT
	5	5,879	5,393	VIEW TOP CONTENT
	122	746	90,507	VIEW TOP CONTENT
	108	339	81,124	VIEW TOP CONTENT
	118	484	74,703	VIEW TOP CONTENT

Podem fer una recerca sobre una temàtica concreta, i podrem localitzar les publicacions amb millor engagement.

Una funcionalitat molt útil per trobar influencers en temàtiques molt concretes.





Eina que ofereix solucions per buscar influencers, analitzar els perfils, gestionar perfils i monitoritzar-los per tal de extreure informació abans de fer una campanya.

The screenshot displays the upfluence website interface. At the top, there is a navigation bar with 'upfluence' on the left, and 'Features', 'Services', 'Resources', and 'Blog' in the center. On the right, there are buttons for 'Get Started', 'or Log in', and 'EN'. The main heading reads 'The smartest influencer marketing platform', followed by a sub-headline: 'Find relevant influencers and run better campaigns with our AI-powered, all-in-one platform for smarter, data-driven influencer marketing.' Below this is a 'Get Started' button.

The central part of the page features a summary of campaign metrics:

- 8 Influencers selected
- 3.4M Social reach
- 122k Estimated engagements
- \$9.2K Estimated budget
- 97% Real
- 87% ROI
- 13% Conversion

Below the metrics, there is a list of three influencers with their respective profiles and performance data:

Influencer	Location	Real	ROI	Conversion
HelloMajdi	Hamburg, Germany	97%	74%	26%
Sofia Donovan	Paris, France	99%	82%	18%
Iris Fabrina	Chicago, USA	97%	61%	39%

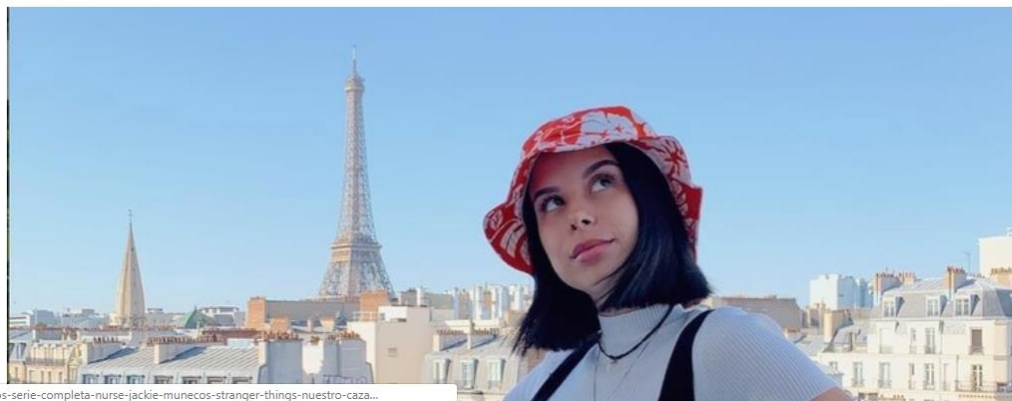
Each influencer profile includes a profile picture, name, location, a grid of image thumbnails, and a small bar chart showing engagement metrics. A 'Get Started' button is also visible in the bottom right corner of the page.

Plataforma que ofereix eines per el  
Research d'Influencers i també per el  
seguiment de les campanyes

Com auditar l'autenticitat del perfil d'un influencer



## La dura realidad del influencer random: tener 2 millones de seguidores y no poder vender 36 camisetas



ionstruos-serie-completa-nurse-jackie-munecos-stranger-things-nuestro-caza...

### HOY SE HABLA DE

Espacio — Mapa — HBO — Libros — Series  
— [Stranger Things](#) — Alemania — España —  
Adelgazar — Dieta

### TE RECOMENDAMOS



Septiembre de  
segunda mano: el reto

HypeAuditor

Enter Instagram or YouTube account

Precios

Descubrir

Acerca de ▾

Iniciar sesión

Register

Solicitar una demo

## Encuentra y analiza a los influencers de Instagram y Youtube

✓ Basado en los datos  
abiertos e Inteligencia  
Artificial

✓ El mejor sistema de  
deteccion del fraude

✓ Los datos demograficos  
precisos

Enter Instagram or YouTube account

Verificar



Reportar ejemplos



3n310ta BR ...  
neymarjr

#8 en un ranking Global



Nicki Minaj



Miley Cyrus  
mileycyrus

#30 en un ranking Global



Kevinho

Plataformes intermediàries amb influencers

**BranTube**  
EMPRESAS, YOUTUBERS Y VICEVERSA

INICIO YOUTUBERS EMPRESAS UNIRSE ACCEDER

★ LA PRIMERA PLATAFORMA EN ESPAÑOL DE INFLUENCERS EN YOUTUBE ★

**ENCUENTRA UN INFLUENCER EN YOUTUBE**  
**QUE REALICE LA CAMPAÑA DE MARKETING CON VÍDEO**  
**DE TU MARCA. INICIA TU CAMPAÑA GRATIS EN 60".**  
**TENEMOS MILES DE YOUTUBERS REGISTRADOS,**  
**ENCUENTRA AL TUYO.**

SOY UN YOUTUBER SOY UNA EMPRESA

↓

SOCIALPUBLI INFLUENCERS MARCAS Y AGENCIAS

REGISTRATE INICIO DE SESIÓN ES

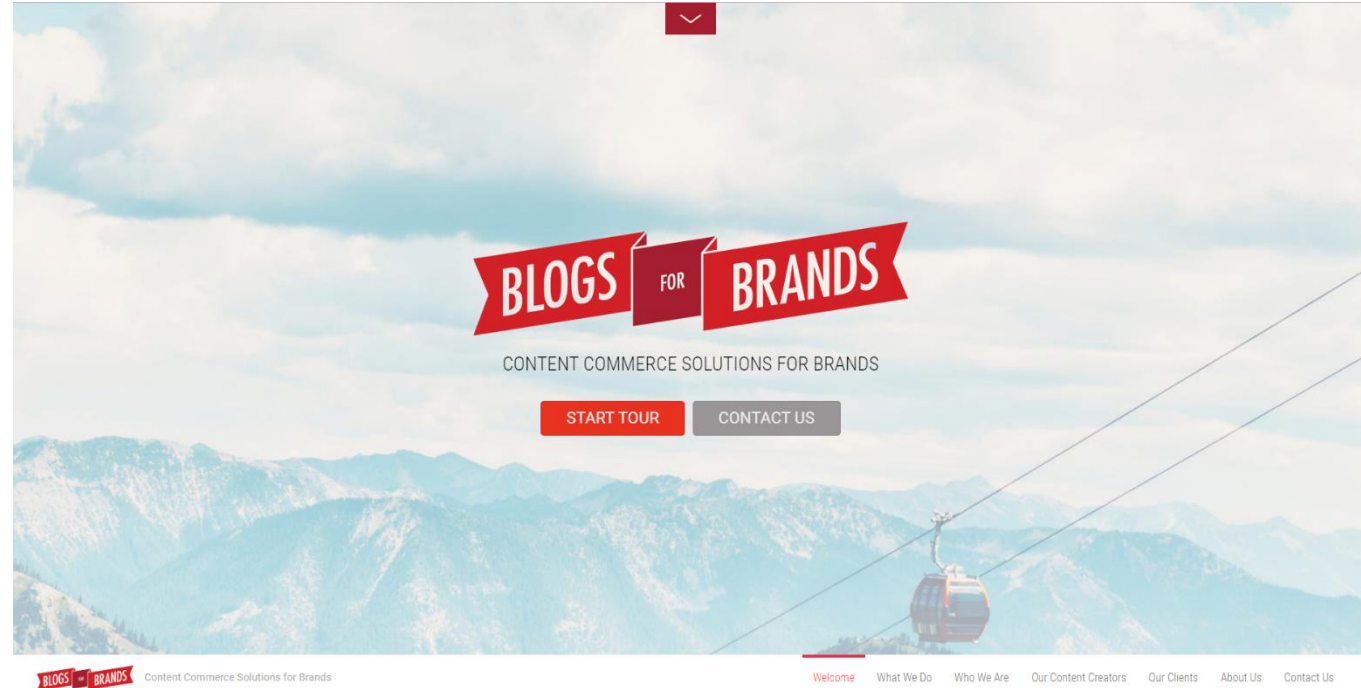
## La plataforma que conecta **Anunciantes** con **Influencers**

La mejor forma de crear, gestionar y medir tus campañas con influencers

SOY UNA MARCA







**FLUVIP**  
MARKETING · LIFE · CAREER

Content creators Solutions Company Contact **Request Proposal** Login

**We connect brands with content creators. 10 years of experience behind us.**  
#InfluencerMarketing #ContentMarketing.

The power of content creation supported by Machine Learning and Predictive Intelligence.

[Are you a brand?](#) [Create your free content creator account](#)

Learn more about FLUVIP (1:31)

**Trusted by the world's best brands**  
Here is a showcase of some of the 800+ brands we have worked with

Coca-Cola SAMSUNG Apple adidas NESTLÉ  
BBVA pepsi SONY NATIONAL GEOGRAPHIC FOX  
RENAULT INTEL UNIVERSAL VISA Microsoft

**Coobis** BLOG ANUNCIANTES EDITORES LOGIN

## La plataforma de **Content Marketing** que conecta Editores con Anunciantes

Más de 10.000 Editores disponibles para dar visibilidad a las marcas de los Anunciantes publicando contenido en diferentes formatos tanto en webs como en redes sociales.

**¿ERES UN ANUNCIANTE?**  
Marcas, Agencias, Marketeros, Etc.

**¿ERES UN EDITOR?**  
Influencers, Blogs, Portales, Medios, Etc.

Pero... ¿Qué es Coobis exactamente?

Una imagen vale más que mil palabras... y un video ya, ni te cuento.

**eurecat**  
academy



**GRÀCIES!**

[www.eurecatacademy.org](http://www.eurecatacademy.org)  
[academy@eurecat.org](mailto:academy@eurecat.org)

 [@eurecat\\_learn](https://twitter.com/eurecat_learn)

 [Eurecat Academy](https://www.linkedin.com/company/eurecat-academy)