

DIGITAL INFLUENCER: COMO FECHAR UMA PARCERIA DE SUCESSO

As **mídias sociais e canais digitais** se tornaram um meio de formar padrões, perfis, opiniões e comportamentos.

Primeiro, você deve saber que o **digital influencer** ou, influenciador **digital**, surgiu junto com a evolução de como as pessoas consomem informação e produtos no meio digital. O **digital influencer** nada mais é que uma pessoa que gera conteúdo e utiliza seus canais para influenciar comportamentos tanto na internet, como fora dela.

Em decorrência de toda essa amplitude que este **meio** oferece, muitos destes profissionais podem ser importantes para o seu negócio, fazendo alguma ação para promover seu **produto/ serviço** com formato de testemunhal, podendo aumentar **audiência e visibilidade do seu perfil**.

Antes de fechar um contrato com o digital influencer, é necessário captar alguns dados e informações para fazer a escolha certa. Certificando-se que esse influencer se encaixe perfeitamente a demanda de sua empresa e sua verba de **marketing**.

Hoje separamos algumas dicas de como te ajudar na escolha deste processo, confira:

1. Faça uma boa pesquisa

Pesquise muito bem. É essencial que você conheça essa plataforma e a todos as personalidades se diferem.

2. Conheça o perfil do influenciador

Para qual nicho de mercado você se insere? Os **digital influencers** podem atuar em vários nichos, como: moda; culinária; tecnologia; beleza, entre outros. Além dos números, também verifique os comentários que o **perfil** recebe, a frequência e a qualidade dos posts e as parcerias e as marcas concorrentes que ele segue. Ele é polêmico? Divertido? Sério? Verifique se isso é relevante ao seu mercado.

3 - O tipo de conteúdo do influenciador

Qual é o conteúdo que o seu possível **digital influencer** produz perante a marca ou o público? Isso também é muito importante, desse modo você sabe como ele se portará perante a todos. É necessário que o **digital influencer**, tenha alguma familiaridade com o tipo de material que você deseja criar. Por exemplo, se a sua empresa investe em vídeos, vale muito a pena olhar para quem tem o hábito de criar conteúdo audiovisual no **Instagram** para contribuir positivamente com os seus resultados.

4. Defina um briefing claro

É importante deixar toda a proposta clara. Certifique-o que serão diferentes os **anúncios e a publicidade**. Por isso, é interessante dar a liberdade na medida para que ele use sua criatividade ao **divulgar sua marca**. No briefing, informe algumas características que deseja na foto (como cores ou ângulos) e a

mensagem que pretende passar com o post, mas a ideia é deixar o conteúdo o mais natural possível.

5. Escolha **digital influencers** relevantes

Além de possuírem um número expressivo de **seguidores**, são aqueles que conseguem criar cumplicidade com a sua audiência. Por isso, é importante ficar atento aos comentários, principalmente dos posts de divulgação de marcas.

6. Combine a forma de pagamento

Por se tratar de um modelo novo de divulgação, a precificação desse serviço pode variar. Você pode realizar o pagamento em dinheiro, ou também oferecer seus produtos/serviços, ou os dois, dependendo de como será o acordo. Atente-se que quando você for pagar será referente à vários serviços, iclusos como: criação de conteúdo, direitos do uso de imagem e acesso ao público. Quando o post é criado, o influenciador possui os direitos pelo material, mas sua empresa pode solicitar um período de uso integral dessas informações.

7- Faça um cronograma

Para que todos os envolvidos na ação estejam por dentro do processo e ordem dos acontecimentos, é essencial um cronograma. Assim não restarão dúvidas do que foi acordado e os prazos de cada ação.

8 - Monitore a ação em tempo real

Uma das principais vantagens desse modo é acompanhar os resultados em tempo real, permitindo que a estratégia possa ser alterada de acordo com algum acontecimento durante o projeto.

9 - Documente toda a estratégia

Para evitar qualquer problema futuro, coloque todas as informações documentadas em algum registro de sua empresa.

10- Hora de colocar em prática.

Depois de reunir e alinhar tudo hora de começar o quanto antes as ações de marketing com o digital influencer . Acredite, essa estratégia pode ser eficaz e bastante vantajosa para o seu negócio, se aplicada de forma eficaz.