

INFLUENCERS EN Instagram

EL BOOM VISUAL DE LAS MARCAS DE COSMÉTICA

benefit
SAN FRANCISCO

NYX

RIMMEL
LONDON

OBJETIVOS

- 📷 Conocer el funcionamiento de la comunicación online y el marketing de influencia en las empresas de cosmética.
- 📷 Comprobar la efectividad del microinfluencer y del macroinfluencer
- # Conocer las herramientas en línea más útiles.
- 📷 Conocer las preferencias del consumidor.

HIPÓTESIS

- 📷 Los consumidores son influidos por las marcas en redes sociales.
- 📷 El influencer ha aumentado la popularidad del sector.
- 📷 Es más productivo colaborar con microinfluencers.

MÉTODO

- 📷 Análisis de contenido: 169 posts (marzo de 2018).
- 📷 350 encuestas online a consumidores entre 18 y 39 años.

CONCLUSIONES

- ▶ Poco contenido audiovisual y herramientas no aprovechadas.
- 📷 El influencer es una herramienta eficaz en la comunicación corporativa de las marcas y aumenta su notoriedad.
- 💄 El microinfluencer especializado es más efectivo.
- 📷 El consumidor sigue más a influencers que a marcas.

