

Influenciadores digitais: o marketing boca a boca 4.0

As empresas adotam várias **estratégias** para chegar ao consumidor final: geomarketing, SMS Marketing, Marketing Multinível, Marketing de Guerrilha. Mas nenhuma dessas táticas tem-se mostrado tão eficiente como o **Marketing de Recomendação** – o famoso boca a boca. Afinal, nada mais convincente do que receber indicações de pessoas que comentam, de forma natural, suas experiências pessoais com determinados produtos e serviços. Eis, então, o **desafio** das **marcas**: falar de si e de uma forma sutil, quase **orgânica**. E é aí que entram em cena os **influenciadores digitais**, hoje muito bem pagos para entregar às marcas **exposição, conversão** direta em **vendas e resultados** em real time.

Só no ano passado, os influencers movimentaram US\$ 4 bilhões no mundo. Para o antropólogo Michel Alcoforado, as empresas já entenderam o movimento, mas muitas agências de publicidade ainda resistem a ele e ainda preferem as grandes veiculações. Questionado por Leonardo da Consumidor Moderno:

Até quando vai durar o poder de influência desses famosos da internet?

MA: Ele só vai crescer. Eu e você vamos virar influenciadores daqui a pouco. Para existir, a gente vai ter de tornar a nossa vida cada vez mais pública. Não importa se a gente toma isso como profissional ou não. Repare que o que faz alguém se considerar um influenciador digital é quando ele consegue o primeiro contrato. No futuro, todos nós seremos influenciadores digitais e poderemos ganhar dinheiro com isso. Uma coisa é certa: o movimento vai se fortalecer cada vez mais.

No Varejo – por: Leonardo Guimarães