



brandwatch

Utilizando social intelligence, UNIQLO alcanzó las cifras de ventas más altas en cuatro años

SOCIAL LISTENING/ marketing de influencia

Marketing de influencia

Aprovecha la influencia de un individuo para generar conciencia o ventas de los productos.

El marketing de influencia en las redes sociales se concentra en cómo identificar a los influenciadores online en sitios como Twitter, Facebook o blogs, para después contactarlos con el fin de que te ayuden a promover el mensaje de tu marca.

La marca de ropa UNIQLO utilizó social intelligence con éxito para interactuar con los influenciadores y sus seguidores, lo que les ayudó a garantizar tráfico referido, backlinks, generación de clientes potenciales, visibilidad de marca y ventas directas.



Brandwatch te ayuda a...

- **Identificar y monitorizar** a los influenciadores de tu marca, tu sector y tus productos
- **Medir la influencia** de una forma más sofisticada que midiendo el número de seguidores, empleando diferentes métricas para encontrar el tipo correcto de influenciadores con los que interactuar
- **Clasificar a los influenciadores** según su continente, país, estado o ciudad
- **Filtrar a los influenciadores** de redes sociales, blogs, foros, sitios de noticias y de reseñas
- **Descubrir con quién** interactúan los influenciadores más importantes en los canales sociales de la competencia
- **Dar seguimiento, medir y optimizar** tus esfuerzos tras las campañas y de forma continua

Descubre a tus influenciadores y haz que tu marketing tenga una gran repercusión

Pide una demo en brandwatch.com/es/demo