

Una mirada a los Creadores de contenido más allá de un post

Zoom a la percepción del consumidor sobre los
influencers



OMNICOM MEDIA



OFFERWISE

Con el apoyo de

INVESTIGAR NOS PONE EN OTRO NIVEL

CON INVESTIGACIÓN

Conocimiento y necesidades incrementan, que permite construir ofertas de valor.



SIN INVESTIGACIÓN

Al no saber si lo que se hace funciona, hay mayor tiempo arreglando que construyendo.



ENTENDER AL SER HUMANO Y SU POSICIÓN COMO CONSUMIDOR

Cada vez más importante en un mundo Consumer Centric/Digi lifestyle/Cookieless)



EQUIPO COLAB



CATALINA
NIÑO



IRIS
GARCÍA



ALESSANDRA
ZAMBRANO



NICOLE
ESPIL



VALERIA
GONZALES

PERIODO EVALUADO: Trimestralmente

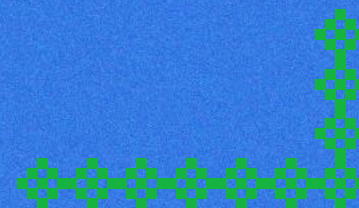
- Muestra: panel online con 1000 personas de las zonas Centro, Norte, Sur, Occidente y Oriente del país.
- Hombres y Mujeres de 15 a más años de todos los niveles socioeconómicos.

COBERTURA:

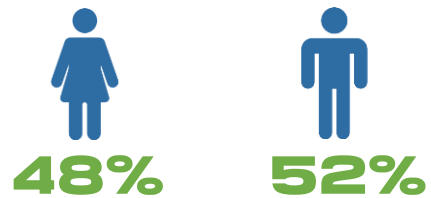
- Centro (Cochabamba, Cercado, Sacaba, Quillacollo, Sucre, Chuquisaca, Ivirgarzama, Chimoré).
- Norte (Beni, Pando).
- Occidente (La Paz, El Alto, Oruro, Potosí).
- Oriente (Santa Cruz de la Sierra, Warnes, Montero, La Guardia, Cotoca, Puerto Suarez).
- Sur (Tarija, Yacuiba, Camiri).

METODOLOGÍA:

- Encuesta estructurada a una muestra representativa aplicada a un panel Online.
- Trabajado con el apoyo de Offerwise.

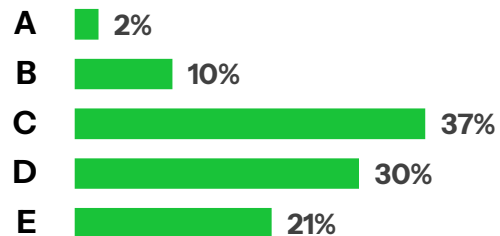


GÉNERO

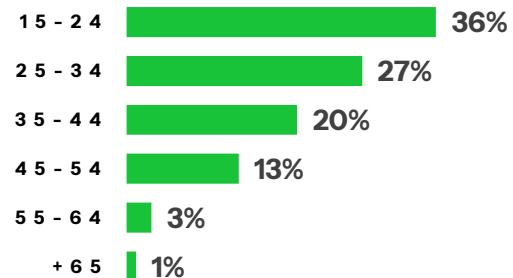
AMA
DE
CASA

32%

NSE

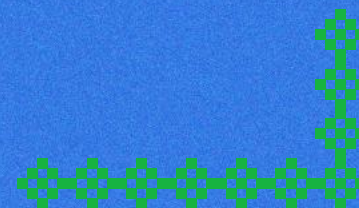
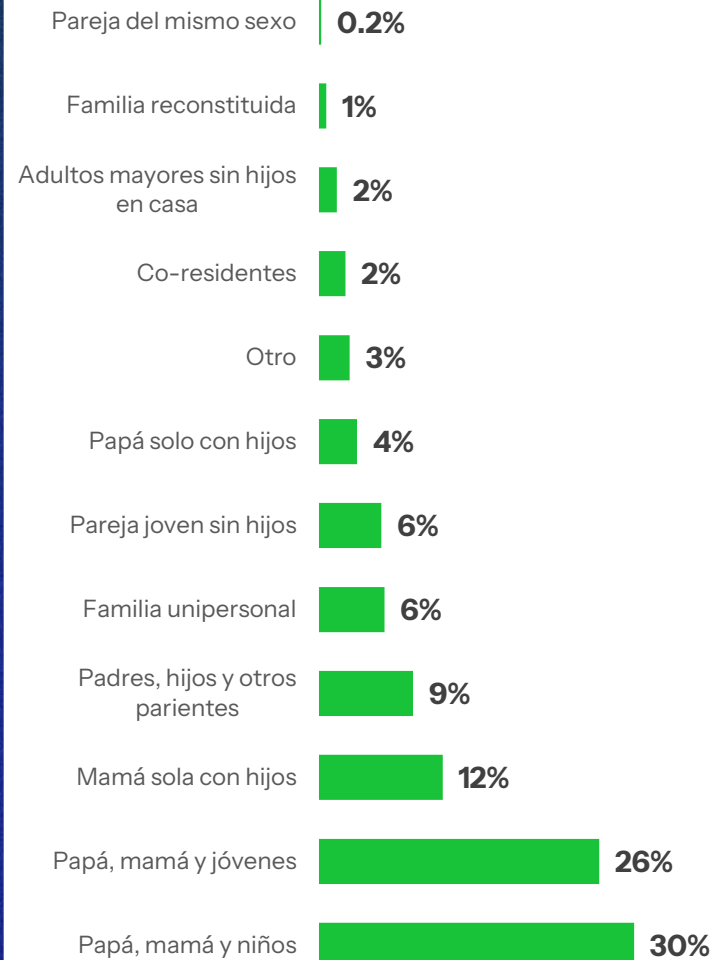


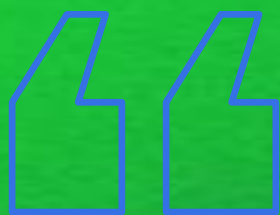
RANGO DE EDAD

MADRE/
PADRE
DE
FAMILIA

46%

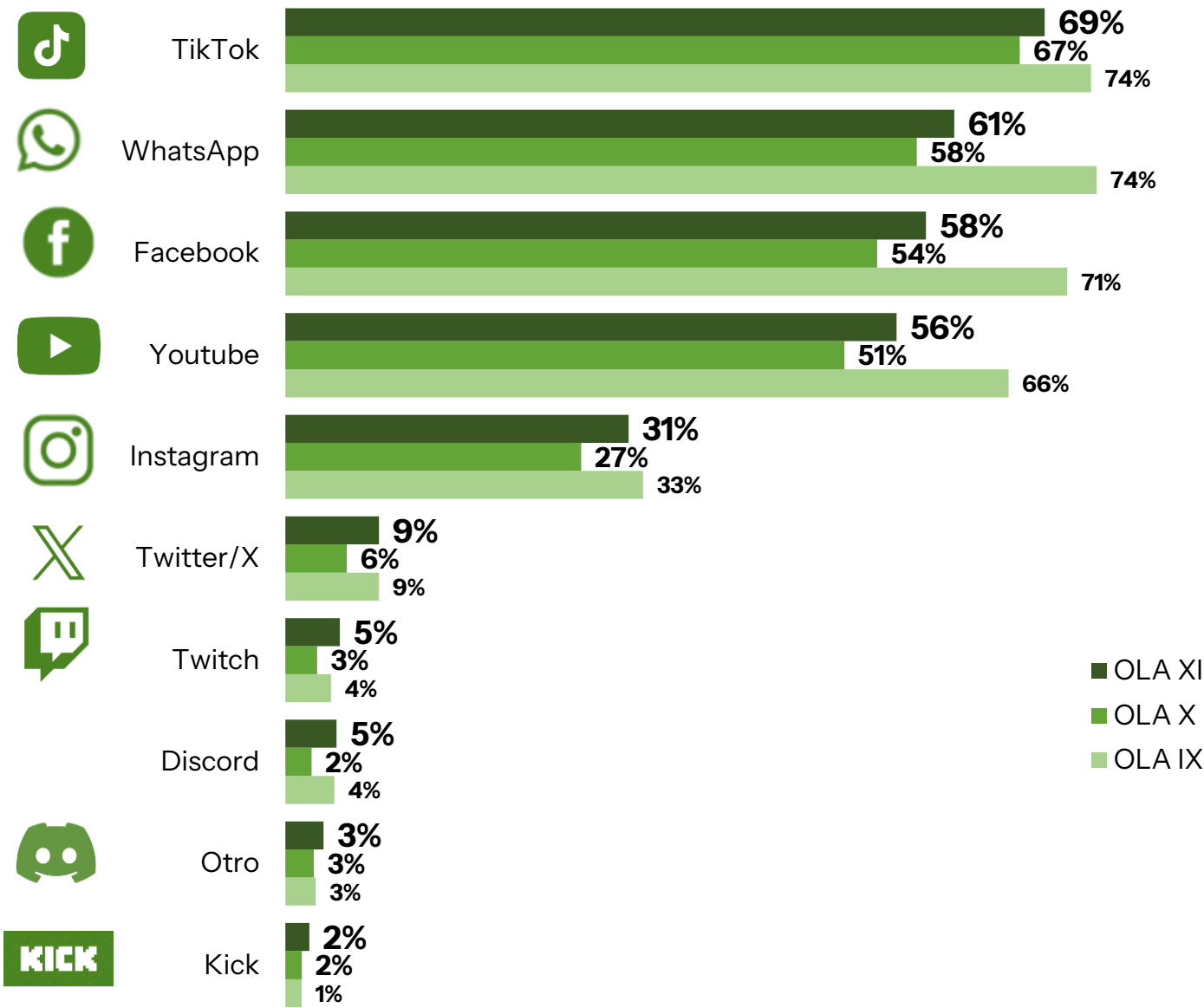
DISTRIBUCIÓN FAMILIAR





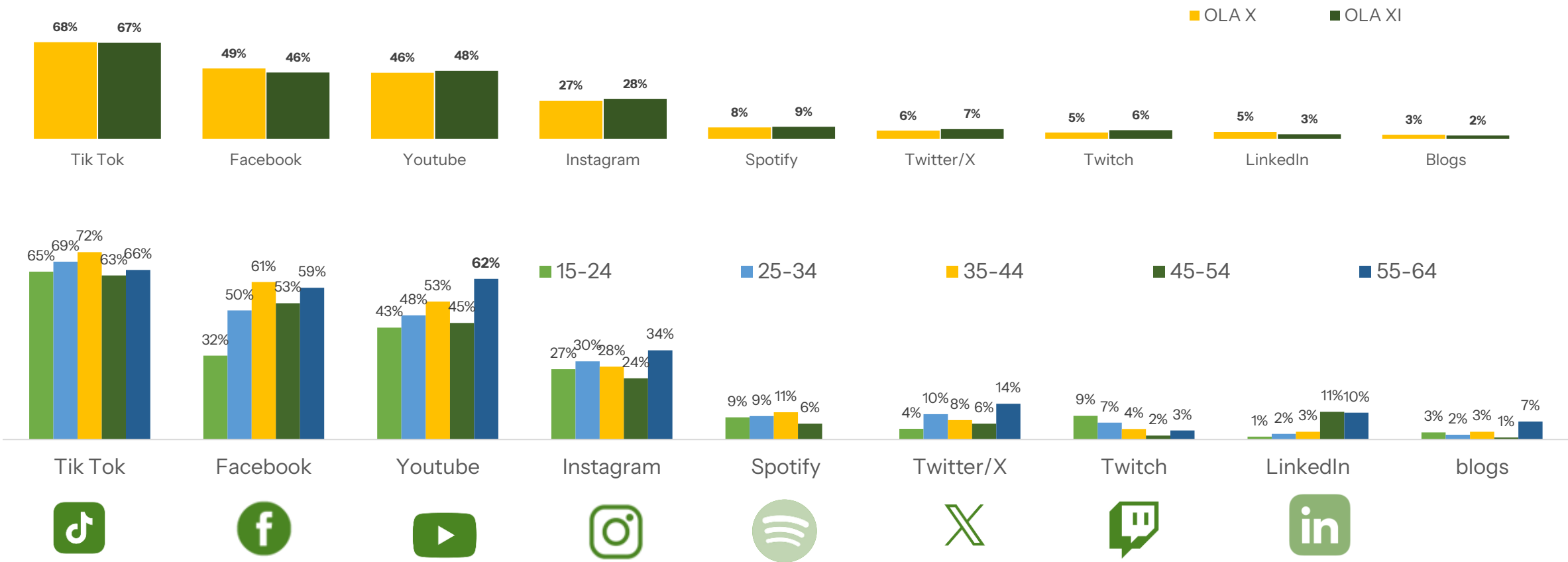
La batalla ya no es por estar presente en el celular del consumidor, sino por convertirse en el lugar donde descubre su próximo interés.

¿CUÁLES SON LAS APLICACIONES QUE MÁS CONSUMES?



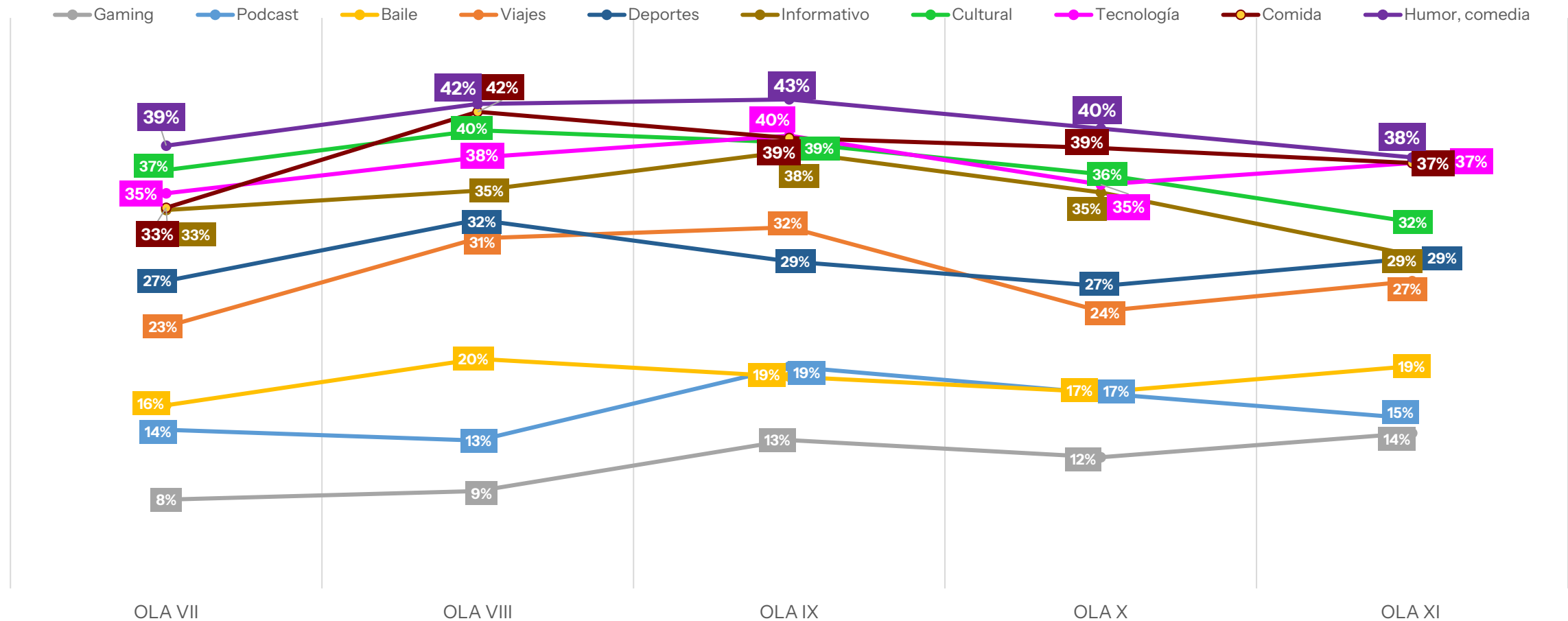
Las personas no siguen influencers; siguen formatos de contenido que se adaptan a cada momento de consumo.

¿EN CUÁLES DE LAS SIGUIENTES PLATAFORMAS SUELE SEGUIR INFLUENCIADORES / GENERADORES DE CONTENIDO?



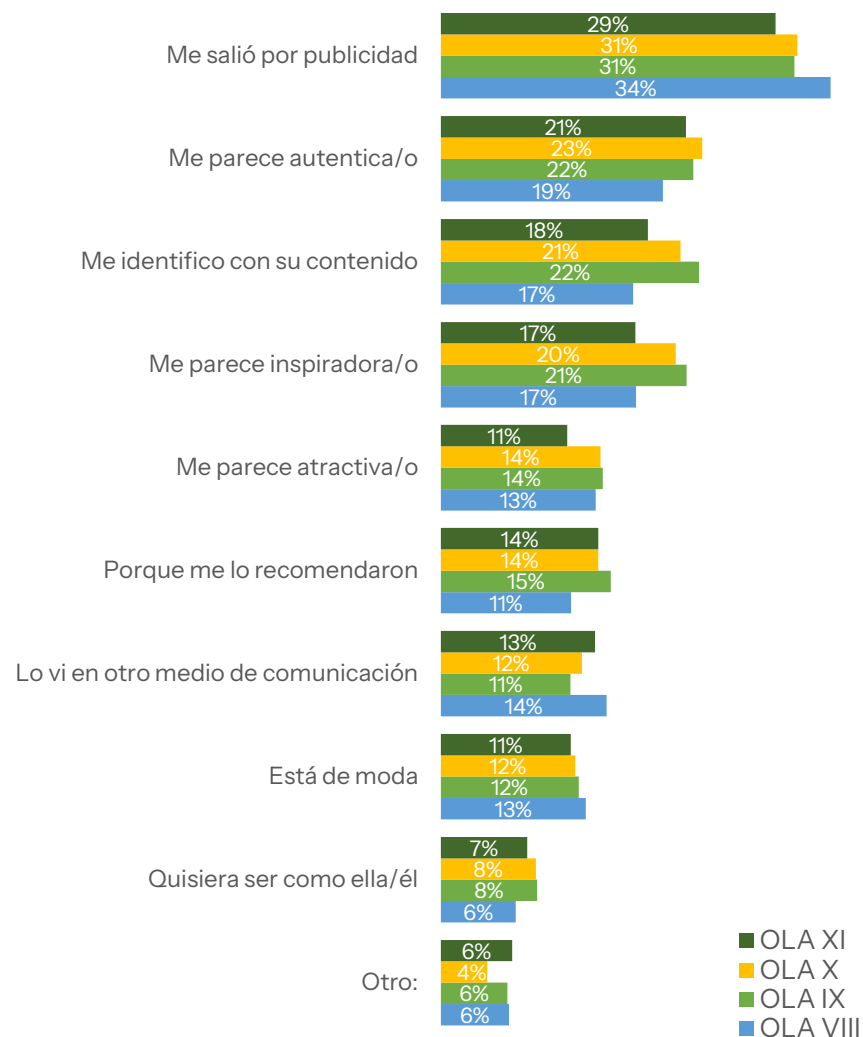
Mientras más cotidiana es una categoría, mayor es su capacidad para construir conexión emocional.

¿CUÁLES SON LOS CONTENIDOS QUE LE GUSTA O LE GUSTARÍA QUE REALICEN LOS INFLUENCIADORES?

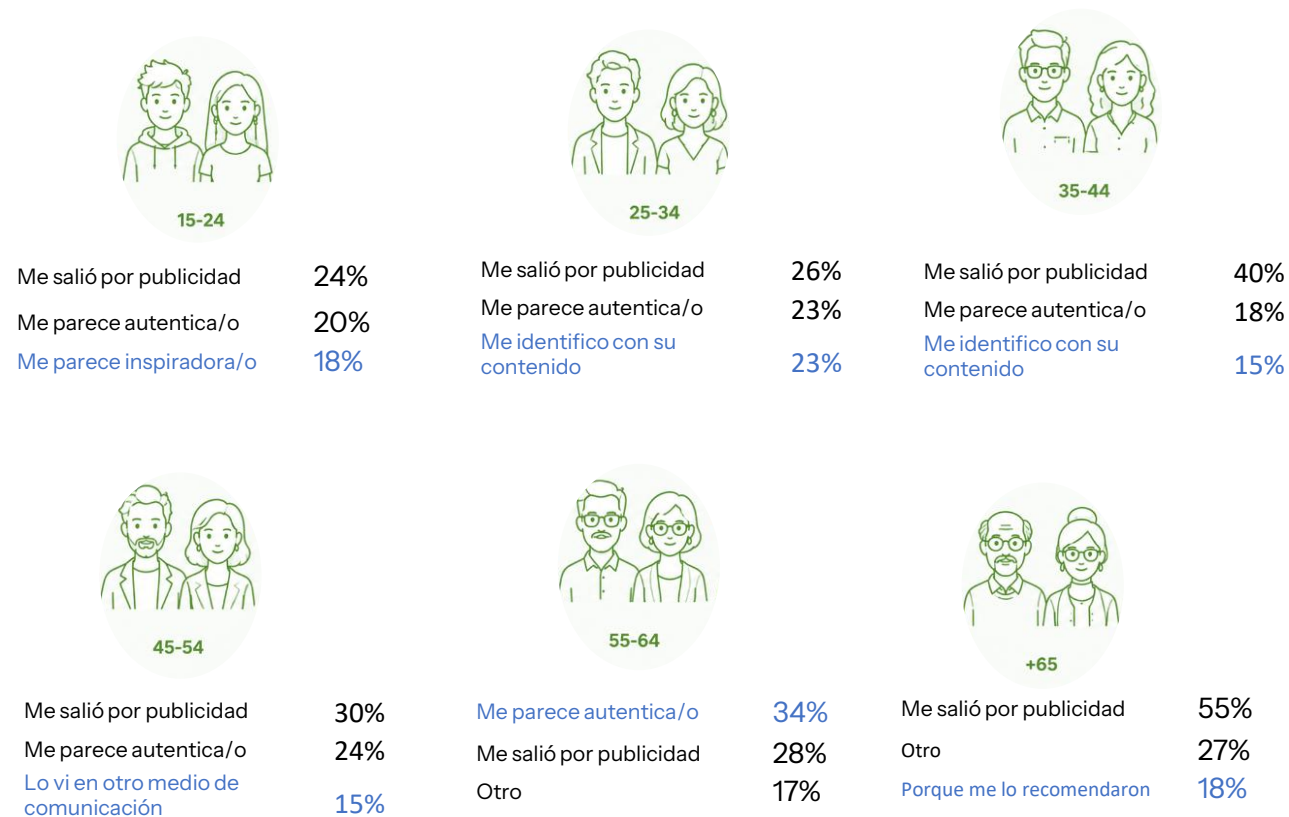


La fama abre la puerta, pero la autenticidad es la que sostiene la relación.

¿POR QUÉ EMPEZASTE A SEGUIR A UN INFLUENCER?

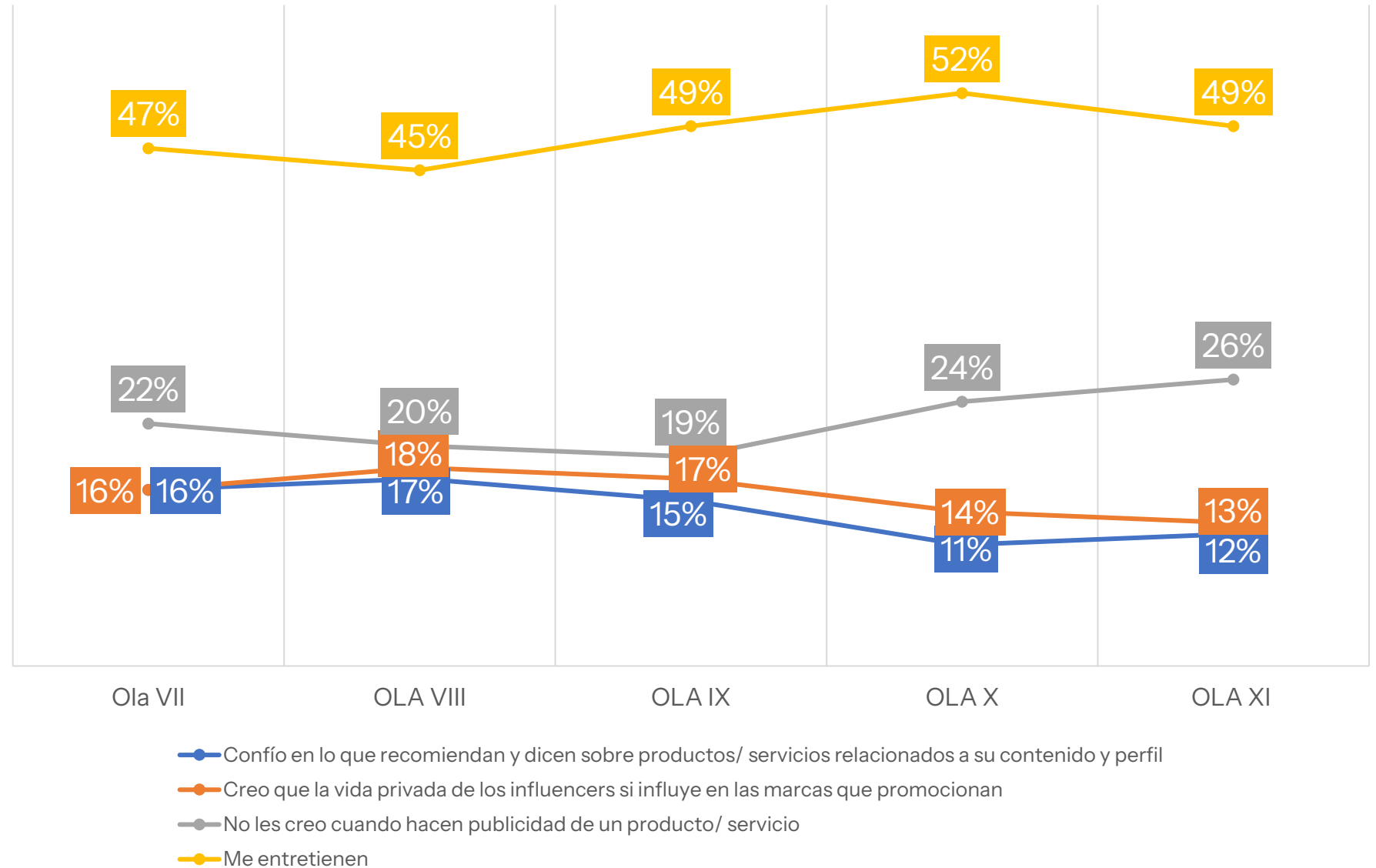


ZOOM POR RANGO DE EDADES - OLA XI



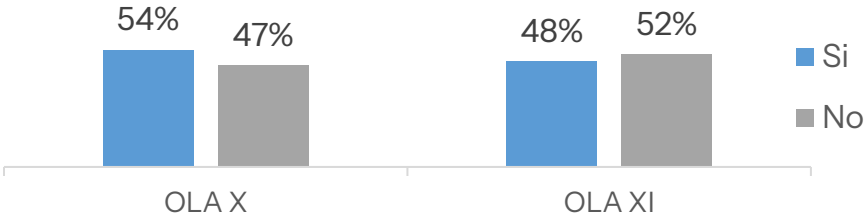
Los consumidores separan el entretenimiento de la credibilidad: pueden disfrutar al creador sin creer todo lo que recomienda.

¿CUÁL ES SU OPINIÓN CON RESPECTO A LOS INFLUENCIADORES / GENERADORES DE CONTENIDO?

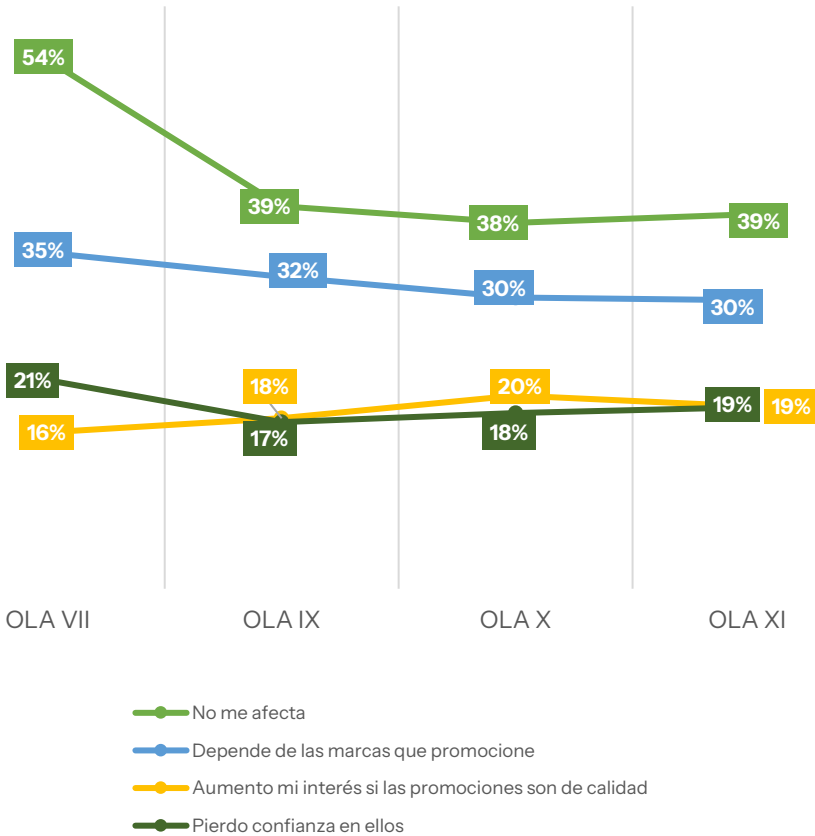


Las marcas ya no heredan únicamente la audiencia del influencer; también heredan su reputación y la demostración vale más que la recomendación.

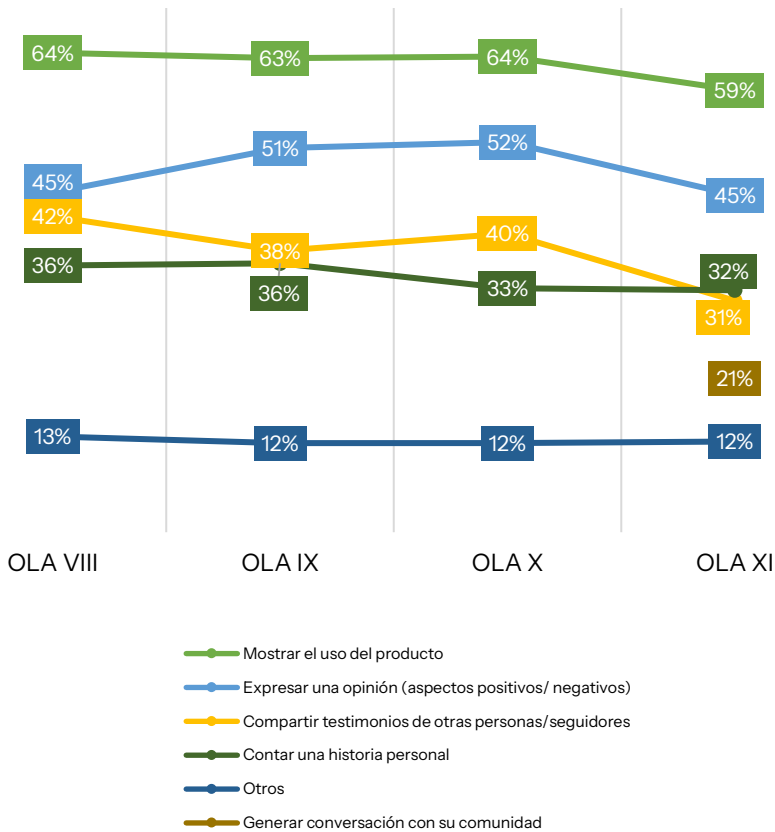
¿DEJARÍA DE CONSUMIR UN PRODUCTO/ SERVICIO POR EL COMPORTAMIENTO DEL INFLUENCIADOR QUE LO PROMOCIONA?



¿CÓMO TE AFECTA LA PERCEPCIÓN DE UN INFLUENCER SI PROMOCIONA DEMASIADAS MARCAS O PRODUCTOS?



¿QUÉ DEBE HACER PARA QUE SU CONTENIDO SEA CREÍBLE Y TE MOTIVE A COMPRAR EL PRODUCTO?



La relevancia ya no depende del tamaño de la audiencia, sino de la cercanía cultural que el creador logra construir.



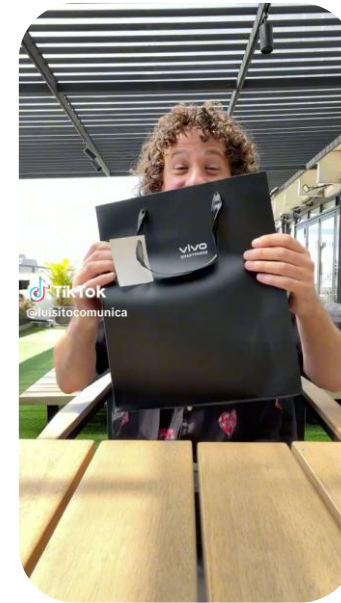
@Albertina



9.4M



1.2M



@Luisito comunica @Anabel Angus



18.1M



33.3M



1.5M



1.1M

CONCLUSIONES

01

RELEVANCIA DE LOS INFLUENCERS: EL ALCANCE YA NO DEPENDE DE UNA SOLA PLATAFORMA

La influencia se ha vuelto transversal: los consumidores descubren, siguen y consumen creadores en diferentes plataformas según el momento y el tipo de contenido que buscan.

02

AUTENTICIDAD DEL CONTENIDO Y DEL CREADOR, LA CONFIANZA SE CONSTRUYE, NO SE COMPRA

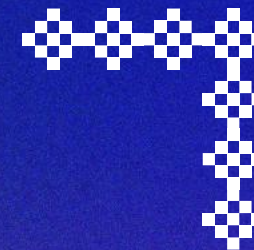
La autenticidad se consolida como el principal activo de los creadores de contenido. Los consumidores pueden descubrir un influencer por el algoritmo o la publicidad, pero permanecen cuando perciben coherencia entre lo que dice, hace y promociona.

03

DIVERSIDAD DE CONTENIDO: CONECTAR IMPLICA APORTAR VALOR EN DISTINTOS MOMENTOS DE LA VIDA COTIDIANA

El consumidor busca una oferta de contenidos cada vez más diversa, donde entretenimiento, aprendizaje e inspiración conviven.





Una mirada a los Creadores de contenido más allá de un post

Zoom a la percepción del consumidor sobre los
influencers



OMNICOM MEDIA



OFFERWISE

Con el apoyo de