

MARKETING DE INFLUENCIA

Autor: Manuel Albuquerque

Editorial: LID Editorial

De venta: Librerías Gandhi, El Sótano, Otro lugar de la Mancha, El Péndulo, Gorwill

Precio: 560 pesos



Como una de las herramientas más sólidas que tienen las áreas de marketing en la actualidad está la de los influencers; para obtener buenos resultados, es fundamental definir qué tipo es el que mejor se adapta a nuestra marca, producto o servicio. En esto reside la clave que hará que la inversión que se hace sea la adecuada. Para elegir el perfil de la persona adecuada existen métodos de medición de datos y variables para encontrarlo.

Manuel Albuquerque, el autor de Marketing de influencia es CEO de Primetag, la empresa global número uno de medición de retorno de inversión en el uso de influencers. Tiene como clientes a IKEA, Coca Cola, H&M, Cortefiel, Calzedonia entre otras. Los influencers hoy mueven al mundo del marketing, humanizan a las marcas para conectar personas e intereses y son excelentes embajadores al influir de forma notable en grandes comunidades de usuarios. Este libro nos ofrece muchos ejemplos que ayudan a identificar algunos matices diferenciadores en algunas campañas.