



INVESTIGACIÓN DE MERCADO SOBRE **INFLUENCERS**



Ninch®
Communication
Company



junto con **OH! Panel**, realizamos un informe* que demuestra el impacto de utilizar influencers en la estrategia de comunicación de las marcas, la credibilidad que le otorgan los usuarios y cuáles son los contenidos más valorados.

*Investigación cuantitativa online entre público en general de argentina

84%

DE LOS ARGENTINOS PROBARIA
UNA MARCA QUE NO CONOCE,
POR RECOMENDACIÓN DE UN
INFLUENCER

62%

DE LOS ARGENTINOS AFIRMAN
QUE LOS INFLUENCERS INFLUYEN
EN SUS DECISIONES DE COMPRA



FUERON LAS PLATAFORMAS MÁS
ELEGIDAS POR LOS USUARIOS
PARA SEGUIR INFLUENCERS



Research Evolution

MUESTRA: 400 Casos.
TARGET: Público general.
TIPO DE ESTUDIO: Encuesta por muestreo.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN: Cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión.

¿QUÉ TEMÁTICAS TRATAN LOS INFLUENCERS QUE MÁS CONSUMIMOS EN LAS REDES SOCIALES Y QUÉ BUSCAMOS?

CONTENIDOS MÁS VALORADOS

- 1° Cocina y recetas **44%**
- 2° Humor y entretenimiento **41%**
- 3° Moda y belleza **37%**
- 4° Turismo y viajes **36%**
- 5° Salud y alimentación **36%**

Fotografía, arte, gaming, autos y motos son las temáticas menos elegidas entre los entrevistados.

EFFECTOS MÁS BUSCADOS

- 1° Entretenimiento **52%**
- 2° Estar informado **42%**
- 3° Recomendaciones de expertos **37%**
- 4° Inspiración **27%**
- 5° Comprar productos **26%**

En los influencers se busca entretenimiento, información y recomendaciones.

91%

DE LAS PERSONAS PASAN MÁS
DE 1 HORA POR DÍA EN RRSS

68%

DE LAS PERSONAS SIGUE A MÁS
DE 5 INFLUENCERS EN RRSS

6 de 10

PERSONAS REALIZÓ UNA COMPRA
DESPUÉS DE HABERLO VISTO A
TRAVÉS DE UN INFLUENCER



Research Evolution

MUESTRA: 400 Casos.
TARGET: Público general.
TIPO DE ESTUDIO: Encuesta por muestreo.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN: Cuestionario estructurado con preguntas abiertas, cerradas y escalas de opinión.

¿QUIÉNES TIENEN MAYOR INFLUENCIA?

+4 MILLONES DE SEGUIDORES

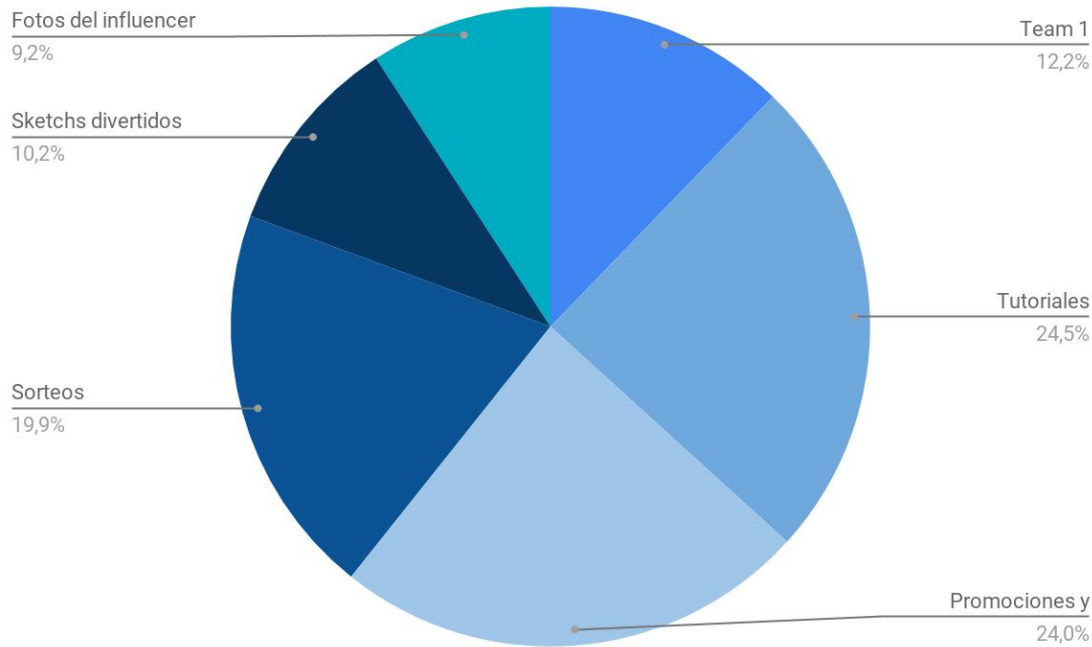
- 1° Lali Espósito
- 2° Marcelo Tinelli
- 3° Tini Stoessel
- 4° Marley
- 5° China Suárez

DE 1M A 4M DE SEGUIDORES

- 1° Paulina Cocina
- 2° Susana Giménez
- 3° Gente Rota
- 4° Juan Martín Del Potro
- 5° Dario Barassi

Entre los influencers con menos de 1 millón de seguidores los más elegidos son Gabriel Rolón, Andy Kusnetzoff y Diego Leuco.

¿CUÁLES SON LOS TIPOS DE CONTENIDOS MÁS VALORADOS?



Tutoriales, promos y sorteos conforman el tipo de contenidos más valorados por el público.

62%

DE LAS PERSONAS AFIRMAN QUE LOS
INFLUENCERS TIENEN INFLUENCIA EN
SUS DECISIONES DE COMPRA

INFLUENCERS,
amplificadores clave para la
presencia de marca en RRSS.



Research Evolution

