

**Els *influencers* com a eina
de màrqueting turístic**

Les campanyes amb *influencers* són una bona eina per fidelitzar i captar nova audiència

Millors canals de relació entre *influencers* i les seves audiències



Instagram



YouTube



Facebook

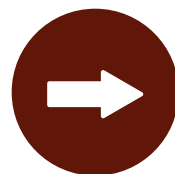
Mesures per valorar l'efectivitat de l'acció a les xarxes socials



Engagement



Abast de les publicacions



Trànsit web



Conversió

El 85% dels internautes entre 16 i 65 anys utilitza les xarxes socials

XXSS. Perfil de l'usuari

38,4 anys 58 minuts diaris 95% d'accés mòbil

81% segueix alguna marca 70% segueix algun *influencer*



Plataforma més important en el màrqueting d'influència.

Usuaris que més reaccionen a *posts* patrocinats.

Els vídeos són el format amb més *engagement*.

El *post + story* és la fórmula preferida per treballar amb *influencers*.



Cost per view (CPV) i cost efectiu x3 en comparació a Instagram.

Ideal per atraure Millennials i Generació Z.

El contingut creat per *youtubers* es percep com a més proper i natural.



Plataforma amb més capacitat d'influència en compres.

Tendència al contingut *branded* creat per agències de mitjans o pàgines com SoYumm, Playground o Vice.

Tendència negativa i envelliment dels usuaris.

Tendències

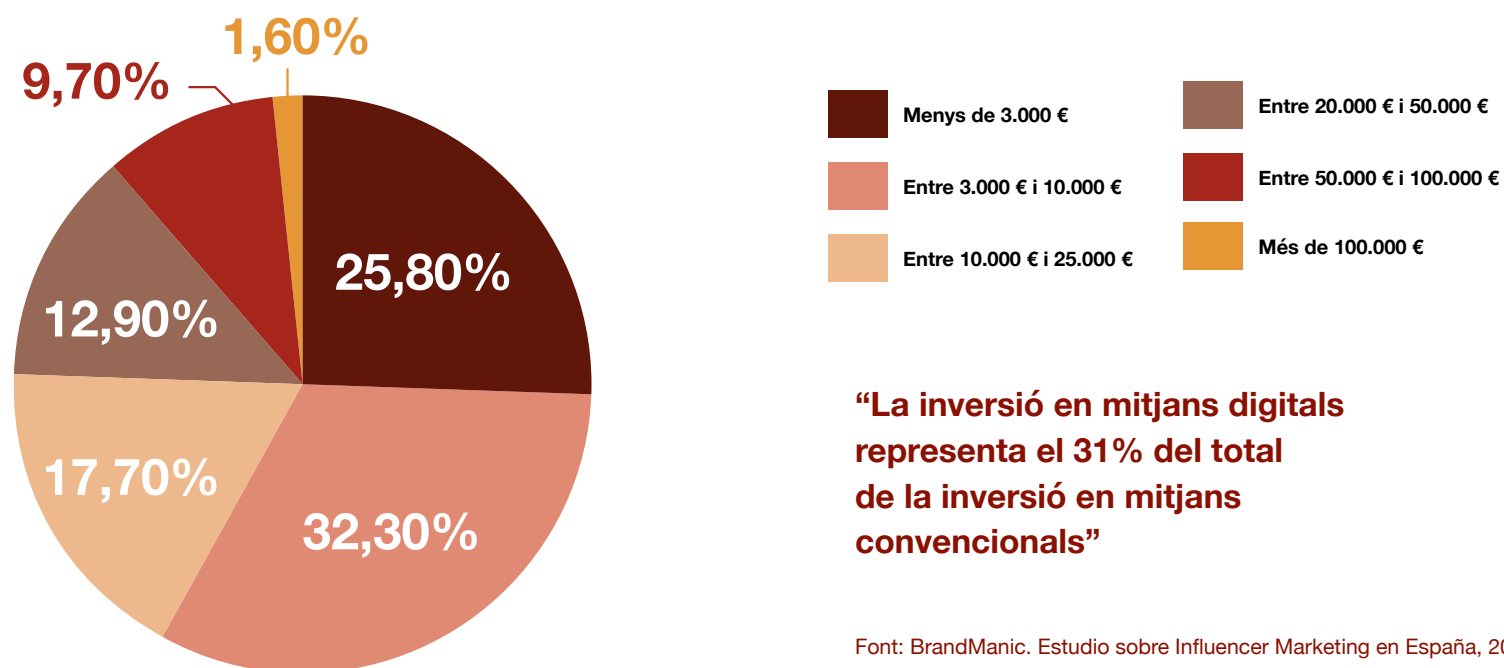
Microinfluencers: amb una comunitat d'entre 10k i 50k seguidors.

Relacions a llarg termini: entre marques i *influencers*.

Més vídeos que imatges i text: potencial IGTV.

El 58% de la inversió en campanyes publicitàries amb *influencers* és menor de 10.000 €

De mitjana, quina sol ser la inversió global en accions d'*influencers marketing*?



Font: BrandManic. Estudio sobre Influencer Marketing en España, 2018.

La majoria d'empreses externalitzen les campanyes amb *influencers* a agències especialitzades

Principals tipologies d'empreses que intervenen en la gestió d'aquestes campanyes

Tipologia d'empresa	Descripció
Agència de mitjans	Selecció i compra dels espais on les marques es comunicaran amb els consumidors.
Agència creativa	Experts en branding que dissenyen la creativitat i grafisme de la campanya.
Agència de comunicació i relacions públiques	Anàlisi de la situació de la marca i disseny de la millor estratègia de comunicació.
Agència de representació	Facilitadors entre les marques i els <i>influencers</i> .
Marca	Empreses, serveis i productes existents al mercat.

La principal font de problemes i reclamacions en les relacions entre empreses i *influencers* és la manca d'una correcta regulació de la relació entre les parts

Cal disposar d'un contracte que reguli la relació entre les parts i delimiti les seves obligacions

Aspectes comuns en aquesta tipologia de contractes	Altres aspectes que es poden regular
Guió i continguts obligatoris.	Conseqüències en cas de que el contingut de l' <i>influencer</i> no sigui adequat.
Extensió del contingut.	Clàusules d'exclusivitat.
Calendari de publicació.	Relació amb possibles intermediaris entre influencers i marca.
Mitjans tècnics.	Drets de propietat intel·lectual.
	Sistemes de pagament.

“És important trobar l'equilibri entre especificació dels continguts a produir i llibertat creativa i estil de l'*influencer*”

“Els receptors de les accions publicitàries hauran de ser clarament informats de que el contingut produït per l'*influencer* és de caràcter publicitari i la marca o anunciant que ho encarrega”

Existeixen diferents maneres de retribuir els *influencers* amb els quals s'ha treballat

Tipologies de pagament

Existeixen diverses formes de pagament, com per exemple el **pagament per intercanvi**, que consisteix en productes i mostres a canvi a de col·laboració. Però la gran majoria exigeixen un **pagament econòmic**.

Tipologia de pagament	Descripció
Pagament per intercanvi	Productes i mostres a canvi de col·laboració.
Pagament fix per publicació	
Pagament variable	CPV (<i>cost per view</i>): l' <i>influencer</i> cobra segons la quantitat de visualitzacions que obté la campanya. Principalment per continguts de YouTube i, ara també, IGTV. CPL (<i>cost per lead</i>): cal disposar d'una URL o codi promocional que es puguin rastrejar per poder mesurar el nombre de persones que arriben per part de l' <i>influencer</i> i omplen el formulari. CPA (<i>cost per acquisition</i>): l' <i>influencer</i> cobrarà més o menys en funció del nombre de persones que comprin el producte o contractin els serveis que promociona la campanya.

“Donat que acostuma a ser la part contractant la que disposa d'aquesta informació, el pagament variable no és un mètode estès ja que l'*influencer* no hi confia”.

Top 20 comunitats i perfils “lifestyle”

Espanya

<i>Influencer</i>	<i>Tags</i>	Comunitat Instagram/ YouTube
dulceida	#Lifestyle_LGTB #Moda #Entretenimiento_vlog	4.500.000
paulagonu	#Moda #Entretenimiento_Humor #Belleza	3.300.000
Nekojita	#Entretenimiento #Culturajaponesa #Urban	2.549.000
familiacarameluchi	#Entretenimiento #Viajes #Aventuras	1.941.118
alexandrapereira	#Moda #Viajes #Vidasana	1.857.000
oscar_casas_	#Actor #Viajes #Moda	1.700.000
paula.baena	#Entretenimiento_challenges #Lifestyle #Viajes	1.554.000
gracyvillarreal	#Entretenimiento_vlog #Moda #Maternidad	1.349.140
familiacoquetesoficial	#Moda #Belleza #Viajes	1.269.144
meeeeeeeeee_	#Aventura #Modaurbana #Viajes	1.200.000
riumbaumarta	#Entretenimiento_vlog #Moda #Viajes	1.162.000

<i>Influencer</i>	<i>Tags</i>	Comunitat Instagram/ YouTube
collagevintage	#Lifestyle_moda #Viajes #Vintage	1.100.000
albakpaulfe	#Lifestyle_LGTB #Moda #Viajes	1.000.000
maria_pombo	#Entretenimiento_vlog #Videoexperiencias #Moda	993.000
sergiocarvajal7	#Modelo #Aventura #Belleza	986.000
emitaz	#Lifestyle_urbano #Moda #Viajes	924.000
ninauc	#Paisajes #Moda #Belleza	800.000
belenhostalet	#Fotografía #Vidasana #Islas	785.000
meryturiel	#Moda #Viajes #Books	785.000
martalozanop	#Entretenimiento_vlog #Moda #Urbanita	739.000

Top 10 comunitats i perfils “travel”

Espanya

Influencer	Descripció	Tags	Comunitat Instagram/ YouTube
Nekojita	Matrimoni hispano-japonès que mostra la cultura, costums i curiositats sobre Japó. Donen consells per viure al país, comparteixen anècdotes i experiències diàries de la seva relació.	#Entretenimiento #Culturajaponesa #Urban	2.549.000
paula.baenag gio.bravar	La Paula i la Giovanna són dues amigues que comparteixen el canal de YouTube Around the Corner , enfocat a l'entreteniment en base a diferents temàtiques.	#Entretenimiento_challenges #Moda #Urbe	1.526.600 i 1.554.000
Marcvilas	Mostra llocs curiosos o inusuals, molts d'ells abandonats.	#Explorador #Aventura #Urbe	1.199.000
Hiclavero	Comparteix aventures que li passen durant els seus viatges i exploracions de llocs abandonats.	#Urban #Aventura #Vídeo_experiencias	934.000
lethalcrisis	Mostra les seves aventures viatjant per diferents països. Li agraden les escapades a la neu i a la platja a més de la gastronomia, un altre dels seus continguts predominants.	#Aventura #Vídeo_experiencias #Hipster	833.500
misswinter	L'Elena comparteix fotografies de gran qualitat dels llocs que visita. Originalitat pels enquadraments i la llum.	#Viajes #Edificios #Sierra	506.000
Mariathepilot	Pilot apassionada per recórrer el món i la fotografia. Comparteix les seves aventures als dos canals, tot i que a YouTube puja vlogs amb activitats més específiques.	#Piloto #Islas #Aventura	493.000
Izhango	Grava i comparteix el què viu durant els seus viatges. A YouTube s'hi poden consultar les seves sensacions i tips sobre fotos. A Instagram, mostra el seu caràcter més aventurer, passió pel surf i paisatges de capvespre.	#Vídeoexperiencias #Aventura #Mar	487.000
Enriquealexgarde	Viatja amb la seva parella des de 2016. Grava i comparteix totes les seves experiències a l'estranger, creant un canal d'aventura.	#Aventura #Vídeoexperiencias #Mochileros	420.000
ovunno	Fotògraf professional que captura instantànies espectaculars dels seus viatges pel món. Mostra, principalment, natura.	#Fotografia #Naturaleza #Landscape	416.000

Top 10 comunitats i perfils “família”

Espanya

Influencer	Descripció	Tags	Comunitat Instagram/ YouTube
Verdeliss	Estefania Unzu és Verdeliss, la mare més famosa de YouTube. Puja vlogs diaris dels seus 6 fills i el seu marit. Es va fer famosa, principalment, per mostrar els seus parts a través de YouTube. Li agrada compartir els seus coneixements sobre maternitat, lactància i criança.	#Celebrity #Maternidad #Consejos	2.817.638
Familiacarameluchi	Família que ha viscut a diferents llocs del món. Quan van anar a viure als EUA van començar a penjar vídeos a YouTube. Tenen carisma i una edició molt curosa dels materials que penjen. Actualment resideixen a Màlaga.	#DailyRoutine #Positive #Juegos	1.941.118
gracyvillarreal	Quan va començar era coneguda com la “HappySunnyFlowers”, convertint-se en una de les primeres YouTubers de lifestyle a Espanya. Natural de Colòmbia, actualment resideix a Madrid.	#Trendy #Outfit #Portrait	1.349.140
modajustcoco	La malaguenya Verónica Díaz és qui està al darrera d’aquest perfil. Compta amb 2 canals a YouTube, un amb continguts sobre moda i un altre dedicat, exclusivament, a vlogs on explica la seva faceta de mare. A Instagram, penja continguts sobre roba.	#Trendy #Outfit #Portrait	1.269.114
Los_familukis	Família amb un canal de YouTube enfocat a entretenir, divertir i educar. Són molt actius i els hi agrada molt viatjar.	#Entretenimiento #FamilyPortraits #FamilyHolidays	971.445
Curly.azahara	Azahara, la mare de la família, mostra la seva faceta personal, professional i la seva vida en parella, a més de les seves activitats en família. Són moderns, que defensen una vida saludable. Apassionats de l’esport, especialment del surf.	#Foodie #Healthy #Naturaleza	597.326

Top 10 comunitats i perfils “família”

Espanya

Influencer	Descripció	Tags	Comunitat Instagram/ YouTube
balamoda	Belén Canalejo, la persona darrera aquest perfil, transmet la seva passió per la moda a través de YouTube i Instagram. També comparteix el seu dia a dia com a mare d'un nen de 4 anys.	#Aesthetic #Outfit #Decor	584.346
familiabalenchanos	El Luís i la Belén van començar la seva aventura a YouTube per donar visibilitat al síndrome de Down, mostrant el dia a dia del seu fill Diego. El seus vídeos tenen format vlog, però també llancen challenges, tags, etc.	#Positiv #Visibilización #ConciencionSocial	421.712
anamoyacalzado	La seva popularitat a les xarxes socials va començar fent de model i participant a programes de TV. Amb el naixement del seu fill Mateo, els seus continguts van començar a combinar la maternitat amb la moda, fet que ha incrementat molt la seva notorietat.	#Fashion #Outfit #Glamour	378.000
elmundodemia8	La Mía és la protagonista del canal de YouTube i Instagram. Darrera dels continguts hi ha la seva mare i la seva àvia. Tracten la maternitat, amb tips per mares. També deixen espai per la moda. Acaben de crear un canal secundari (Escupiando purpurina), on publiquen vídeos de challenges, hauls, bromes, tags, etc.	#Diversión #Juegos #Viajes	367.883

Accions atractives que s'han dut a terme a nivell internacional

S'han valorat aspectes com la qualitat de les fotografies, el contingut i la creativitat de les descripcions, si s'ha compartit la ubicació, si l'influencer ha mencionat correctament al patrocinador o marca i si els # són adequats i intuïtius.



Usuari: [gypsea_lust](#)

Ubicació: Dakota del Sud (EUA)

*"Road tripping through the middle of the US".
@muenchmax #SouthDakota #UnitedStories*

La imatge mostra a la protagonista del perfil i la seva parella en una de les parades de descans del seu viatge recorrent el país. El copy explica quin tipus de viatge fan, els # i mencionen el fotògraf.

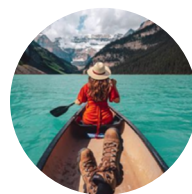


Usuari: [funforlouis](#)

Ubicació: Brussel·les (Bèlgica)

*"Absolutely magical. Christmas! Couldn't have wished for anything more.
All I want for Christmas was you".
@visitbrussels #visitbrussels #ad*

Imatge de la plaça icònica de Brussel·les, amb decoració de Nadal i de nit. El copy emfatitza la bellesa de la ciutat en aquesta època de l'any. Inclou el perfil oficial de turisme de Brussel·les i el seu #, a més de remarcar que el contingut és publicitari.



Usuari: [funforlouis](#)

Ubicació: Lake Louis (Canadà)

*"Sitting back and relaxing as
@rayawashere leads me on our
next adventure". @travelberta*

Idíl·lica imatge on es veu el protagonista del perfil i la seva parella fent una activitat relaxant en un dels llocs més emblemàtics de la província d'Alberta. Es menciona el perfil oficial de turisme local i les seves ganes de viure una altra aventura.



Usuari: [theblondabroad](#)

Ubicació: Quebec (Canadà)

*"Let go and reconnect. I spent a few days this past summer exploring Québec to disconnect from the every day hustle. It was amazing to see the beauty of this destination, and to have so many diverse experiences with @tourismequebec in just a few days. I camped lakeside, went zip lining through the forest, tried delicious gourmet specialties (including poutine of course!), and relaxed at a floating spa that was once an operating ferry boat. There's so much to be explored in and just outside of the city".
#QuebecOriginal*

El vídeo mostra diferents escenaris i activitats, amb un alt nivell de producció, i narrat per la protagonista del perfil, que explica les vistes, etc. Menciona el perfil oficial de turisme provincial i informa de que hi ha més continguts sobre el viatge al seu blog.

Accions atractives que s'han dut a terme a nivell nacional



Usuari: [jmuchelas](#)
Ubicació: Andorra

"Relaxing". @caldea_andorra #25caldea

La protagonista del perfil sempre publica essent ella l'eix central de la imatge. La fotografia està ben editada, mostra un *look* atractiu per atraure l'atenció dels seguidors, que responen a un perfil molt dirigit a *lifestyle*.



Usuari: [claaramartinez](#)
Ubicació: Palma de Mallorca (Espanya)

"Ya tenéis en mis destacados la guía actualizada de Menorca. En breves os enseño nuevos rinconcitos de Mallorca."
#ambaixadordebalears #betterinwinter #fandebaleares @turismoislasbalears

La Clara és ambaixadora de Turisme de les Illes Balears. Publica imatges de llocs de balears. A les stories destacades hi ha guies turístiques de Mallorca, Menorca, Eivissa i Formentera amb consells, llocs destacats, descomptes, etc.



Usuari: [andresnb77](#)
Ubicació: Menorca (Espanya)

"#Menorca". #AmbaixadordeBalears de @turismoislasbalears #FandeBalears #BetterInWinter

L'Andrés és ambaixador de Turisme de les Illes Balears. Les illes són les protagonistes de les seves publicacions. Joga amb la composició i els detalls. Tots els copys són frases senzilles i inclou la menció al perfil oficial de turisme i els #.



Usuari: [tomasparamo](#)
Ubicació: Cantabria (Espanya)

"Cantabria infinita". @cantabriaturismo

El protagonista apareix amb la seva parella. La publicació fa referència al lema "Cantabria infinita" i a l'ens oficial de promoció turística. Durant el seu viatge, va fer diferents publicacions acompanyat de la seva família.



Usuari: [roadtowild](#)
Ubicació: Navarra (Espanya)

"Es difícil transmitir con imágenes lo que se siente en lugares tan mágicos como Navarra. Esperamos que este vídeo os transporte a nuestras aventuras allí. ¿Conocíais estos paisajes?". #otoñoennavarra @turismonavarra

El Sergi i la Raquel aconsegueixen, a través de l'edició dels materials, transmetre la sensació de contacte amb la natura. Utilitzen # per fomentar la interacció. Recullen tots els continguts del viatge en una guia al seu blog.

Els *influencers* adopten les tendències globals i les utilitzen per millorar els seus continguts i la seva visibilitat

Longtail

Els *influencers* petits i mitjans repliquen les publicacions que han vist dels *influencers* top, fent-se fotos als mateixos llocs, etc. Així, es crea una xarxa de prescriptors enorme en la que només les parts altes són pagades.

Journey diari

Les *stories* i els directes (Instagram) permeten penjar continguts que generen immediatesa i faciliten la interacció i contacte permanent entre *influencer* i seguidors. *Stories* i *feed* és un tot.

Sofisticació tecnològica

Les noves tecnologies que surten al mercat (drons, etc.) són incorporades, ràpidament, per part dels *influencers* per crear continguts més originals.

- Blog + Instagram

El blog ha quedat en un 2n terme i, actualment, es prioritza la comunicació bidireccional que permet Instagram així com la facilitat de visualitzar fotos i vídeos sense haver de llegir.

Eco Travel

Alguns *influencers* comencen a donar visibilitat a aspectes mediambientals com l'impacte de les emissions, consells per reduir-lo, etc. Un exemple clar és el #*Trashtag*, que promou la recollida d'escombraries a entorns naturals.

Viatjar x creixement personal

Les generacions més joves busquen les vacances per formar-se professionalment i enriquir-se personalment.

Destinacions infinites

Els més joves poden repetir visita a una destinació les vegades que considerin a diferència d'abans, que es visitava una destinació i s'eliminava de la llista de llocs per veure.

Avantatges i riscos a l'hora de treballar amb *influencers* en el sector turístic

Avantatges	Riscos
Alta rendibilitat.	No adaptar l'estratègia a cada xarxa social.
Retorn de resultats a curt termini.	Relació amb l' <i>influencer</i> : conflicte d'interessos.
Font de confiança.	Reputació de l' <i>influencer</i> : negociació desfavorable.
Comunicació natural i transparent.	No seleccionar a l' <i>influencer</i> adequat.
Prescriptors amb una credibilitat alta.	No identificació amb els valors de l'empresa.
Promoció menys agressiva.	Empremta digital negativa.
No venen les experiències, les comparteixen.	Mala gestió del missatge a transmetre.
Alt coneixement de la seva audiència.	
Multicanal.	
El bon posicionament dels prescriptors a l'hora de buscar referències.	

Col·laborar amb *influencers* per fer campanyes de màrqueting requereix tenir en compte alguns punts bàsics per assegurar l'èxit de l'acció

1

Establir els objectius de la campanya.

2

Seleccionar els *influencers* perfectes.

3

Definir les accions de la campanya i la creació de continguts.

4

Debatre les idees amb els *influencers* i escoltar els seus suggeriments.

5

Crear relacions amb *influencers* viatgers.

6

Aconseguir que l'*influencer* transmeti un sentiment de *lovemark* a la seva audiència.

7

Mesurar els resultats a través de les mètriques acordades.

Per poder valorar una campanya és important tenir clars quins indicadors s'utilitzaran per fer-ho

Dades que resulten imprescindibles

Comunitat

Nombre de seguidors de l'*influencer*.

Impressions

Serveixen per esbrinar el nombre de vegades que es mostra el contingut, podent ser més d'una vegada per un mateix usuari.

Abast

Nombre d'usuaris únics als que s'ha arribat amb la publicació.

Engagement

Indicador que reflexa la capacitat de retenció o nivell de compromís de l'audiència cap a l'*influencer*. Es calcula dividint la mitjana d'interaccions de les publicacions entre la comunitat que té.

Interacció

Indicativus d'interacció entre l'usuari i la publicació (*likes*, comentaris, clics, *shares*...).

Què opinen els *influencers* amb audiències interessants per Catalunya com a destinació turística? *

Xarxes, formats i continguts

L'audiència majoritària d'aquests *influencers* té entre 25 i 34 anys.

Prefereixen plataformes més visuals, com Instagram i YouTube, per compartir continguts.

Twitter i Facebook són canals per ampliar continguts, no per viralitzar-los.

Els formats punters per continguts promocionats són l'*story*, el *post-foto* i el carrusel a Instagram.

Els continguts que més aporten a l'usuari són aquells que els permeten conèixer consells, recomanacions i informació per planificar el seu viatge.

Acostumen a fer una publicació al dia.

El contingut patrocinat és atractiu per l'usuari sempre que se li mostri informació interessant.

* L'estudi ha seleccionat un total de 49 participants, creadors de continguts, amb comunitats representatives del públic objectiu de Catalunya com a destinació turística i se'ls han fet diferents preguntes.

Què opinen els *influencers* amb audiències interessants per Catalunya com a destinació turística? *

Xarxes, formats i continguts

Motius per escollir la destinació: busquen llocs que ofereixin comoditat, facilitats, oci i natura, pensats per fer viatges en família.

Les xarxes socials i els blocs són els canals a través dels quals s'informen sobre un viatge.

Quan fan un viatge patrocinat, prefereixen anar sense un guia. Una guia per escrit i personalitzada són la millor opció.

Principals reclams: oferta cultural de Barcelona i la Costa Brava.

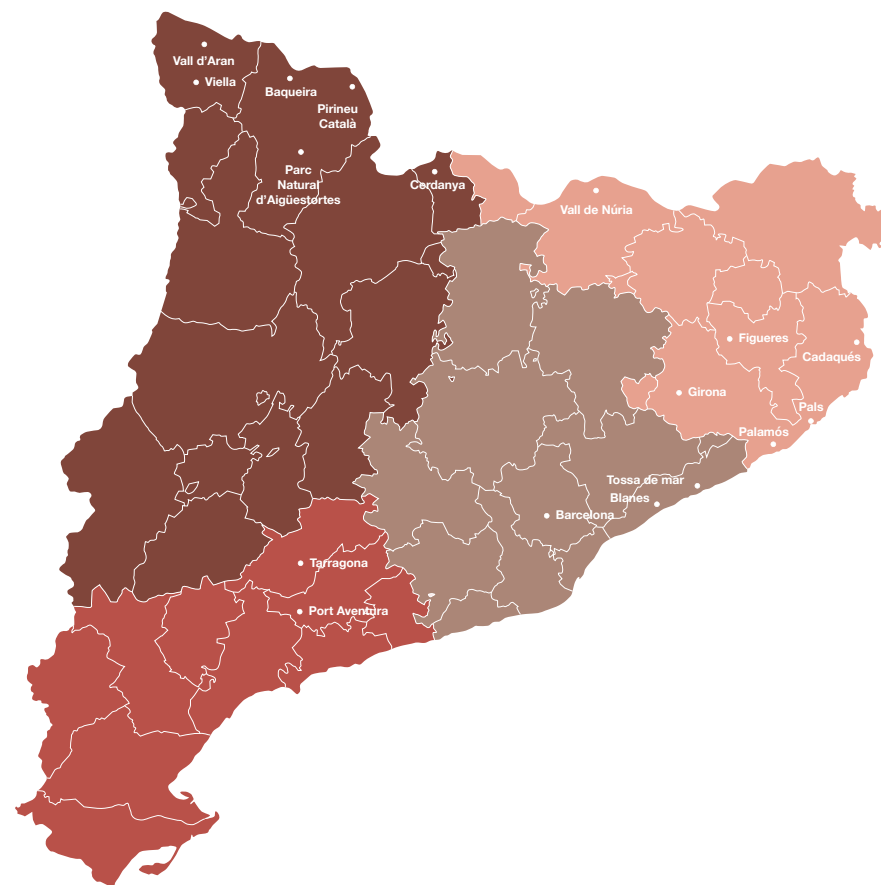
Menys valorat: les zones més turístiques i massificades.

Els influencers tornen a Catalunya pel clima, la gastronomia i les activitats.

Donat el perfil familiar dels enquestats, consideren que 7 dies és l'estada adequada a Catalunya.

* L'estudi ha seleccionat un total de 49 participants, creadors de continguts, amb comunitats representatives del públic objectiu de Catalunya com a destinació turística i se'ls han fet diferents preguntes.

Destinacions de Catalunya que han visitat



Les claus per aconseguir que la nostra estratègia de màrqueting triomfi

Identitat

Tenir una identitat de marca sòlida.

Transparent

Ser transparents amb els nostres clients.

Missatge

Tenir un missatge clar.

Veü i escoltar

Donar veü i escoltar als nostres consumidors.

Formats creatius

Utilitzar formats creatius pels diferents canals de distribució.

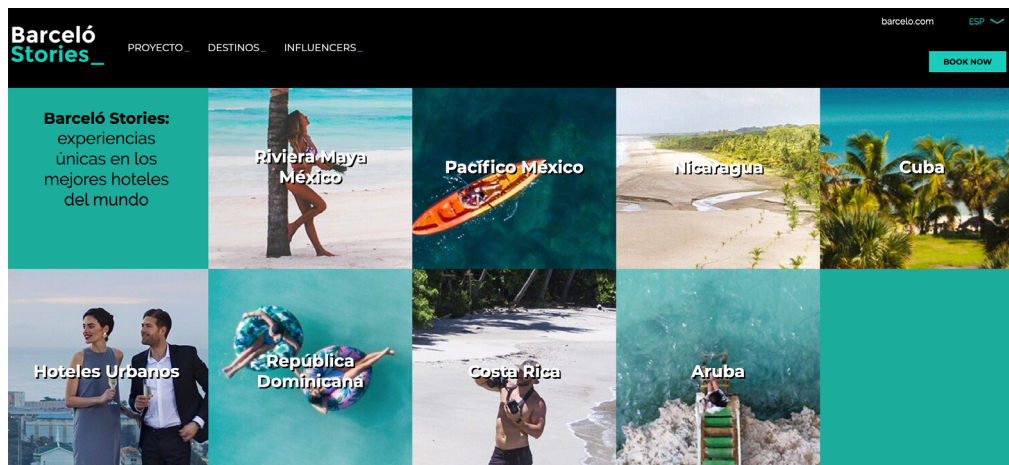
Seguiment

Fer un seguiment dels resultats.

Tant empreses com destinacions incorporen els *influencers* com a peces claus en les seves accions de màrqueting

Grup Barceló

El Grup Barceló ha creat el portal [BARCELÓ STORIES](#), on es recullen les experiències de més de 50 *influencers*. Permet, en menys de 5 *clicks*, reservar les mateixes activitats que pots veure als vídeos i imatges del portal.



Turismo de Canarias

Turismo de Canarias ha dissenyat una plataforma de comunicació dirigida al turista Premium que busca experiències no convencionals, [THE OTHER MAP](#). Col·laboren amb 14 *influencers*, que expliquen les seves experiències a les illes.



Tant empreses com destinacions incorporen els *influencers* com a peces claus en les seves accions de màrqueting

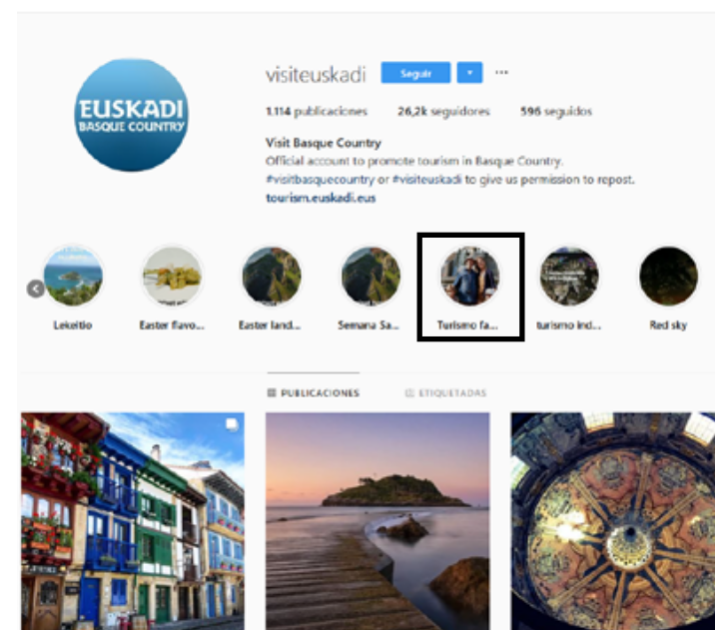
Agència de Turisme Balear

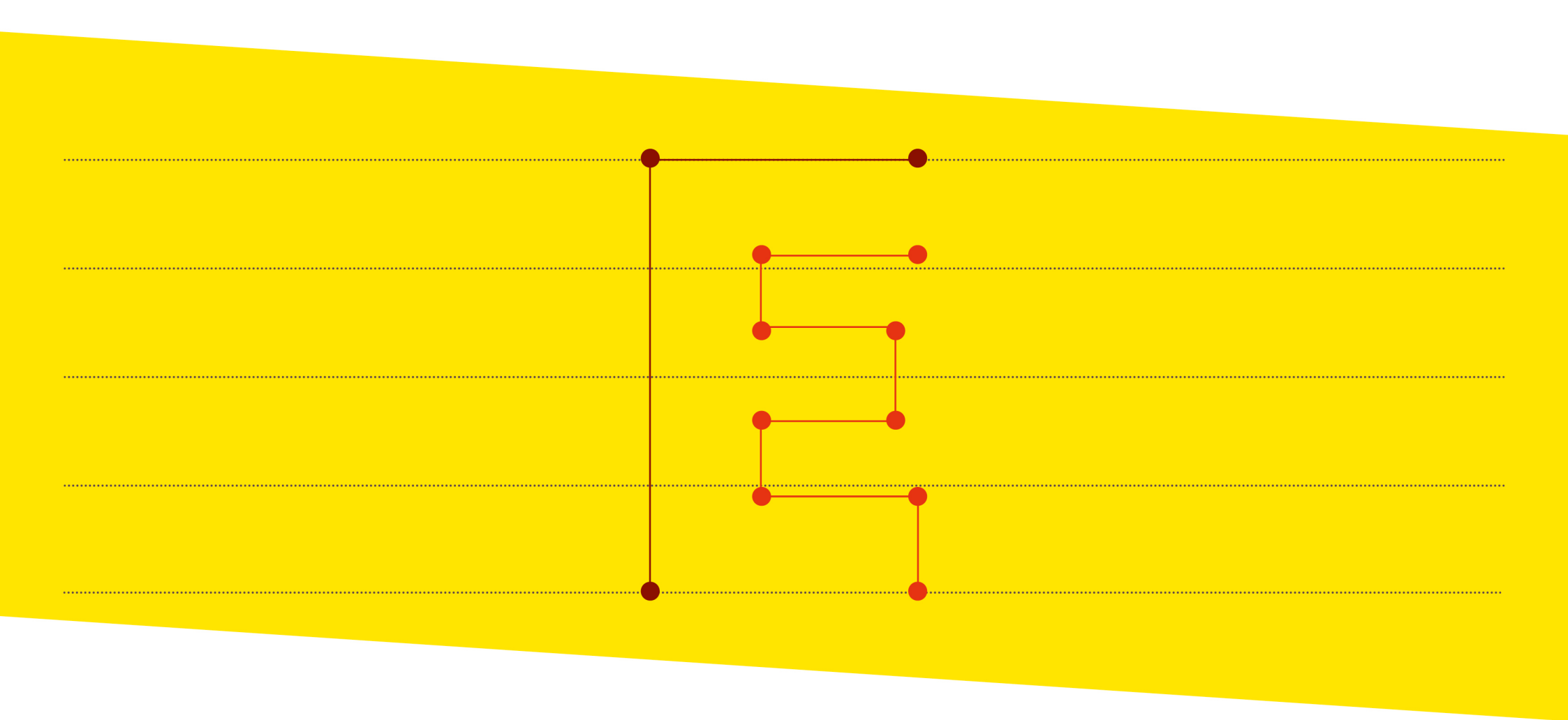
Organització del concurs **#FandeBalears**, on es premiava a influencers que es convertien en ambaixadors de la destinació a Instagram durant 1 any.



Turismo de Euskadi

Dins del seu perfil d'Instagram, té un *highlight* titulat “**Turisme familiar**”, amb una selecció de 5 plans per fer en família.





act.gencat.cat
catalunya.com