**Zastosowanie influencer marketingu w praktyce**

**Badania dowodzą, że kierowanie się opiniami innych staje się nierozłącznym elementem procesu rozpoczynającego zakupy. Sprzedawcy wiedzą, że o każdym produkcie można wyrazić opinię lub nadać mu cech użyteczności, które wzbudzać będą emocje. Najlepiej gdy zrobi to wpływowy bloger, który jest opiniotwórczy. O wieloaspektowych możliwościach zastosowania influencer marketingu w praktyce przeczytacie w naszym e-booku.**

Influencer marketing to obecnie **najskuteczniejsze działanie marketingowo-reklamowe**, które skierowane jest do osób posiadających mocną więź ze swoimi odbiorcami. Niewątpliwie największą zaletą współpracy z infuencerem jest duża wiarygodność jego opinii. Wszystko dlatego, że jego zdanie trafia do odbiorcy o podobnym zainteresowaniu i profilu społecznym. Komunikat wpływowej osoby, która posiada silne związki ze swoją społecznością, nie tylko staje się dla odbiorcy **bardziej autentyczny od tradycyjnej reklamy**, ale przede wszystkim zapewnia nam większe zaangażowanie wśród potencjalnych klientów.

To dlatego influencer marketing często mylony jest z marketingiem rekomendacji. Skupia się jednak na opinii ludzi wpływowych. Światowe marki słusznie widzą coraz większy potencjał w kampania tego typu. **Działania te są skuteczne** i najlepiej obrazuje to fakt, że korzysta z nich coraz więcej firm. Według badań, coraz większa rzesza kupujących przed zakupem szuka informacji o danym produkcie lub marce w internecie i dopiero na podstawie znalezionych opinii podejmuje decyzje zakupowe. Kupujący najczęściej informacji o produktach czy usługach **szuka w mediach społecznościowych lub na tematycznych blogach**. Kanały te zajmują bardzo wysokie miejsce pod względem zaufania wśród odbiorców treści.

Dlaczego? Badania potwierdzają, że **konsumenci zdecydowanie bardziej ufają rekomendacjom innych osób** niż reklamom. Skala tego wciąż rosnącego zjawiska pokazuje skąd bierze się siła i wysoka skuteczność influencer marketingu, który wzorowo wykorzystuje te tendencje. Influence marketing powoli, ale niezwykle sukcesywnie wypiera tradycyjną reklamę banerową. Dziś wpływowi **blogerzy stają się ekspertami, doradcami**, tworzą programy oraz piszą książki, które szybko stają się bestsellerami. Najlepiej zarabiają oczywiście influencerzy, którzy posiadają wielotysięczną widownią i mają ugruntowaną markę na rynku, a nierzadko są ekspertami w konkretnej dziedzinie. Takich ludzi poszukują reklamodawcy. Ich celem jest, by o ich produkcie mówiło się dobrze, dużo i traktowano go jako element stylu życia.

Aby jeszcze lepiej zrozumieć zależności zachodzące w influencer marketingu platforma WhitePress przy współpracy ze znanymi influencerami i ekspertami w dziedzinie marketingu oddaje w Wasze ręce bezpłatny e-book. W jego skład wchodzi 150 stron wiedzy o **influencer marketingu** - wśród nich m.in. case studies kampanii reklamowych z wykorzystaniem infeluncereów, komentarze ekspertów z branży oraz wiele porad opiniotwórczych ludzi ze światka marketingu.

W naszym e-booku nie mogło zabraknąć praktycznych modeli współpracy z liderami opinii oraz porad w jaki sposób współtworzyć działania marketingowe z influencerem. Nasza **publikacja posłuży jako dawka wiedzy zarówno agencją reklamowym, jak i samym blogerom**. Równocześnie dzięki modułowi [influencer marketing platformy WhitePress](https://whitepress.pl/influencer-marketing) reklamodawcy mogą w **prosty i niezwykle wygodny** sposób wyszukać odpowiedniego blogera lub vlogera, **zlecić działania reklamowe**, a po zakończonej współpracy **cieszyć się ich efektami i szybko rozliczyć z klientem**. Dzięki temu działania z wykorzystaniem influencer marketingu jeszcze nigdy nie były tak łatwe!

Praktyczny e-book o influencer marketingu jest do pobrania [stąd](https://whitepress.pl/baza-wiedzy/339/influencer-marketing-praktyczny-e-book).