

Los mejores influencers en España para el sector de la moda



Si hubiera que mencionar un sector que en la actualidad se esté dejando seducir por los encantos del **marketing de influencers** este sería, sin duda, el de la **moda**. Y es que los *influencers* en España, como ocurre en el resto del mundo son tendencia. Una tendencia que va al alza...

¿Qué es un “influenciador”?

Se trata de personas que han sabido dominar rápidamente el nuevo entorno digital y se han especializado en un campo concreto, consiguiendo **conectar con un alto número de personas interesadas** en lo que publican en sus perfiles o blogs y en cómo lo publican.

En el caso de la moda, muchos de ellos han pasado a ser considerados referentes y algunos, incluso, llegan a convertir en oro todo aquello que tocan. En este respecto, Harper's Bazaar publicaba un recopilatorio con las 20 bloggers de moda más influyentes de 2016, entre las que destacan **Chiara Ferragni** (con 5,7 millones de seguidores en Instagram), **Julie Sariñana** (con 3,4 millones) o la española **Gala González** (con 608.000), entre otras.

¿Y qué opinan las marcas sobre el marketing de *influencers* en España?

Los “influenciadores” son cada vez más tenidos en cuenta para las campañas de marketing. De hecho, desde Puro Marketing aseguran que un **75 % de las marcas confesaba en un estudio reciente que estaba ya usando a los influencers en España**, de un modo u otro en sus campañas. En cuanto a futuro más inmediato, añadían que se prevé que el número suba hasta el 84 %.

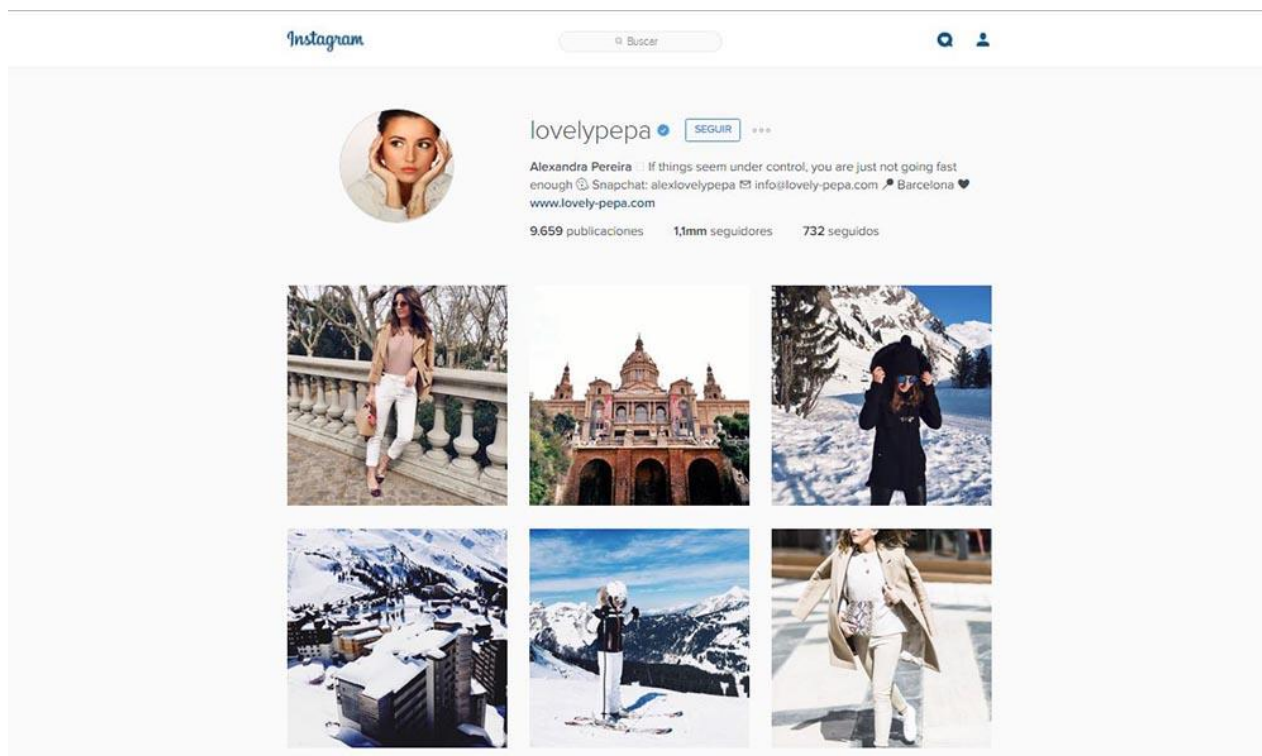
Por lo tanto, se puede decir que las **empresas del sector de la moda confían en estas figuras** y están invirtiendo cada vez más presupuesto en contar con ellas. Y es que es un hecho que en los últimos años estos prescriptores de moda y *lifestyle* **han crecido y se han profesionalizado**.

Lo hacen conscientes de que ya son **piezas clave dentro de la estrategia de marketing de muchas marcas**. Conocen su potencial y han empezado a establecer sus propias normas, aumentar tarifas e incluso han surgido agencias de representación especializadas en este tipo de perfiles.

¿Pero quiénes son los mejores *influencers* en España?

Podríamos haber convertido este post en un **top 10 de las mejores influencers en España**, pero no sería un listado relevante ni veraz para todas y cada una de las empresas de moda españolas, ya que cada una de ellas tiene un *target* y unas características fundamentales a la hora de afirmar quiénes son los mejores “influenciadores” para ellas.

En cualquier caso, en nuestro país cada día aparecen más nuevos perfiles de chicos y chicas que se especializan en el sector de la moda y que realmente gustan y son escuchados. Puedes encontrar los más influyentes en cuanto a número de seguidores en el artículo *10 bloggers españolas que debes seguir en Instagram*, que presenta un listado encabezado por Lovely Pepa (1,1 millones en Instagram), Dulceida (687.000 en Instagram) y Collage Vintage (con 613.000), todas ellas españolas.



No obstante, no todo son el número de seguidores. Toma nota, porque estas son algunas cuestiones que deberías tener en cuenta a la hora de **escoger un influencer en España** para promocionar tu marca de mejor forma y más personalizada posible:



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

- **Calidad antes que cantidad:** Un perfil de Instagram pueden presentar un número muy elevado de seguidores que, sin embargo, no vayan a traducirse en conversiones o que directamente no conformen tu target. Por ello, es importante estudiar bien cada perfil y **alcanzar un equilibrio entre calidad y cantidad.**
- **Compatibilidad y afinidad con la marca:** También resulta fundamental que el estilo de la persona sea afín al de la marca que estamos tratando de vender a través de ella. No será coherente tratar de trabajar con una “influenciadora” cuyo estilo se caracterice por ser elegante y sofisticado si nuestra marca es transgresora y moderna. Por otro lado, es especialmente interesante trabajar con personas que puedan llegar a convertirse en **embajadoras de la marca.** Esto ocurre cuando los productos de la misma le gustan especialmente y llega a implicarse en la promoción de los mismos. De esta forma, la prescripción es más natural y llega a ser más efectiva. Para ampliar información a este respecto no te pierdas el artículo “*4 key differences between social influencers vs Brand ambassadors*” de Mavrck.
- **Alcance y engagement:** Además del número de seguidores, también hay que observar el *engagement* que generan las publicaciones tanto en el blog (si lo hubiera) como en redes sociales. El **número de “Me gusta”** en proporción al de seguidores, así como el **número de comentarios** también te darán mucha información acerca del potencial de la persona como prescriptor de tu marca.
- **Efectividad:** No obstante, aun teniendo en cuenta todos los factores anteriores no se puede saber a ciencia cierta cuál va a ser el rendimiento de la campaña con un *influencer* en concreto. Por lo tanto, es recomendable al contactar pedir estadísticas o resultados de conversiones que pueda facilitar, así como estudiar el número de páginas vistas de su blog u otras métricas como el tiempo de permanencia.

En definitiva, como en todo, consiste en hacer pruebas e ir observando las conversiones y la visibilidad que generan cada uno de estos perfiles. Porque, si todavía eres de los escépticos en la materia y no crees en su eficacia, a priori te podemos decir que sí: definitivamente **los influencers en España sí pueden ayudar a las marcas a aumentar sus conversiones.**

Fuente: [Observatorio eCommerce & Transformación Digital](#)