

10
Tendências
de
Marketing
de
Influência

#RETROSPEC2023

Como foi o ano de 2023 nas redes sociais?

Período de análise: 1 Jan - 15 Nov

+75 milhões
postagens

+228 bilhões
interações

+1,19 trilhões
visualizações

5,27%
taxa de engajamento

em #Publis

+342 mil
postagens

+1,43 bilhões
interações

+32,6 trilhões
visualizações

2,7%
taxa de engajamento

Fonte: Tagger

Top Influencers

Quando o assunto é engajamento em posts patrocinados de 2023:



Larissa Gloor
Atriz



Júlio Cocielo
Estilo de vida



Viih Tube
Estilo de vida



Anitta
Cantora



Mirella Santos
Estilo de vida



Diego Cruz
Estilo de vida

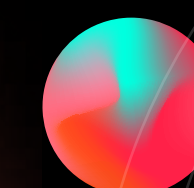


Mel Maia
Atriz



Lorena Improta
Estilo de vida

Fonte: Tagger



spark

Maiores engajamentos das redes sociais



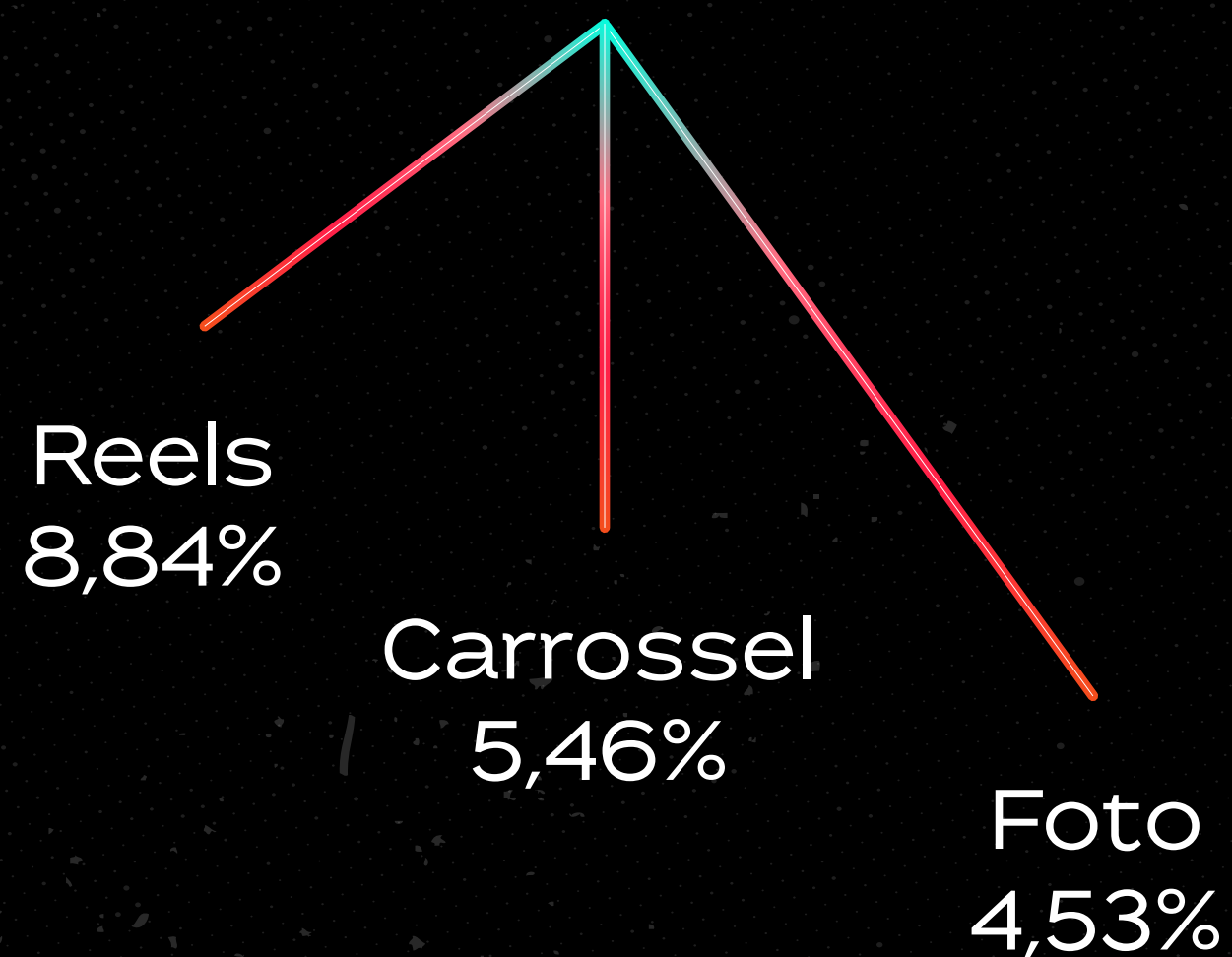
8,54%



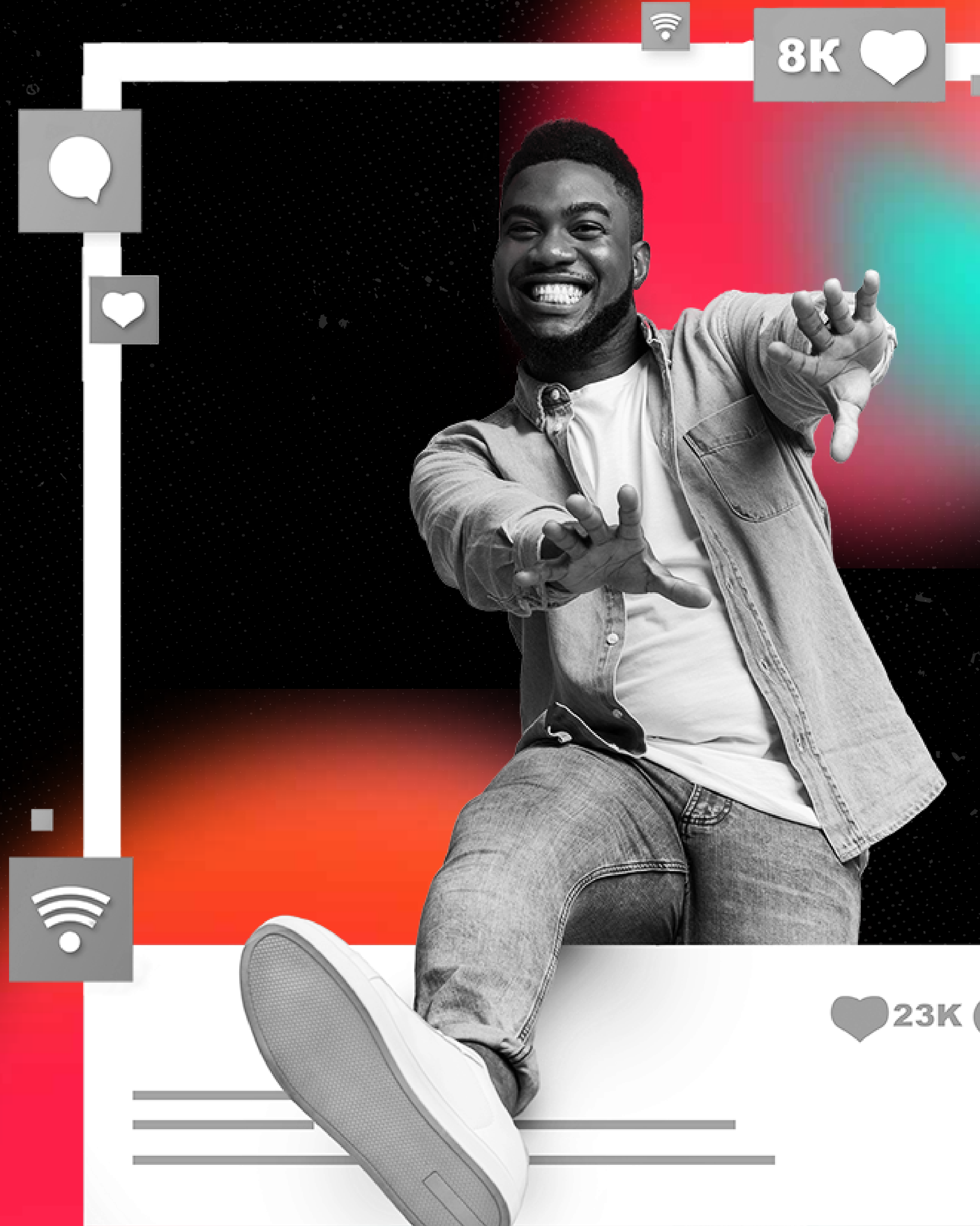
6,57%



5,34%



Fonte: Tagger



8K

23K



Unlocking the full potential of Influencer Marketing

Com mais de uma década de experiência no mercado, nós mergulhamos fundo para **antecipar as tendências que vão moldar o influencer marketing** em 2024 nas redes sociais.



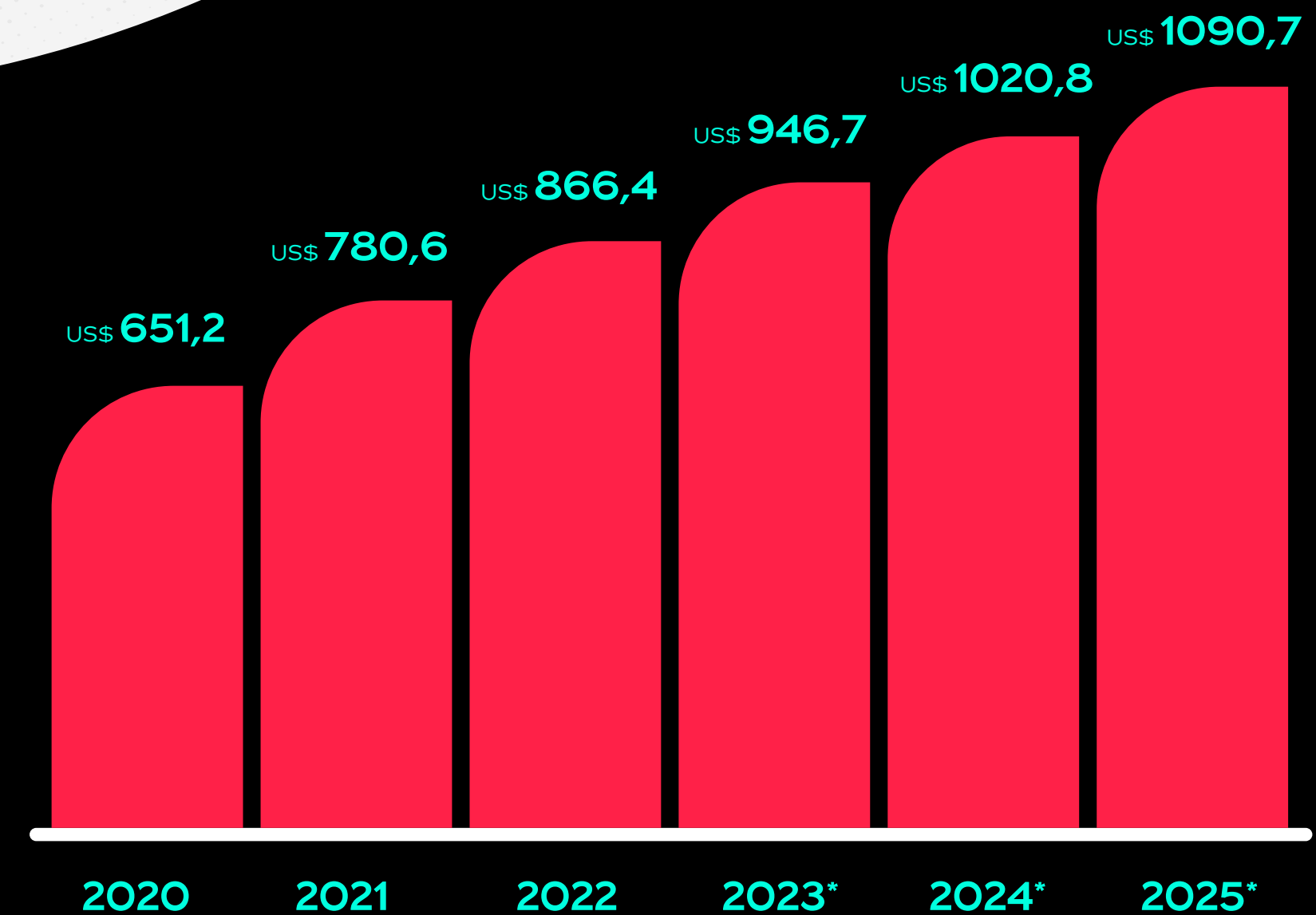
**Até final de 2024,
o investimento em
publicidade deve
superar US\$ 1 trilhão.**

O mercado mundial da creator economy já movimentou US\$ 250 bilhões, com projeção de crescimento para US\$ 480 bilhões até 2027.

Cerca de 70% das empresas brasileiras afirmam que vão aumentar o investimento no marketing de influência em 2024;

A expectativa é que o e-commerce cresça 47% até 2026, atingindo R\$ 273 bilhões.

Fonte: ABAP / Meio & Mensagem / Goldman Sachs Research / Associação Brasileira de Comércio Eletrônico



Fonte: Emarketer | *Previsão



1 – Mercado cada vez mais tiktokzado

Os usuários do TikTok dizem que a plataforma influencia suas compras. Espera-se que as compras atribuídas a essa influência subam para **39,9% até 2026**.

Ainda mais popular, as compras **diretas pelo aplicativo** ganharão força e tornam a plataforma um caminho certo na hora de **girar ponteiro de vendas para as marcas**.

2 – Instagram on Top!

Com **2,35 bilhões de usuários ativos**, o Instagram aprimora o processo de criação das #publis nos Reels e continuará em 2024.

O formato se destaca pelos números de usuários, sendo uma **comunidade poderosa no cenário do influencer marketing nas redes sociais**.

3 – #BlueFlag: Tem espaço para o LinkedIn!

O LinkedIn possui atualmente mais de **740 milhões de usuários**, e esse número continua crescendo, tornando a plataforma um ambiente seguro para **#publis e awareness**.

O LinkedIn está em plena transformação. Além da busca por empregos, agora abraça posts pessoais sobre experiências, dicas para superar desafios, saúde mental e inspiração.

Essa mudança está **impulsionando influenciadores na plataforma**.

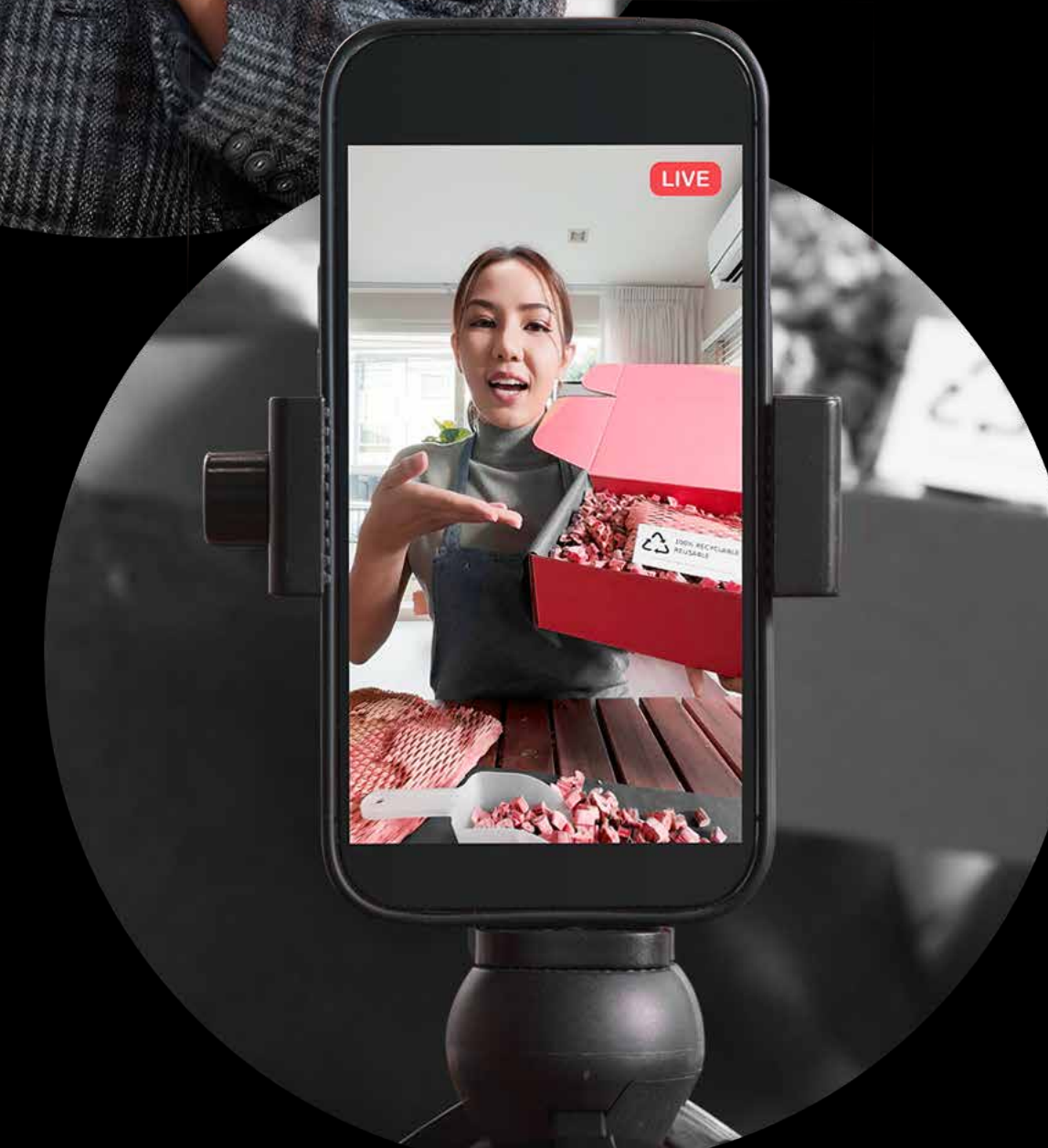


4 – Entretenimento & compras direto na rede social!

As compras diretas por redes sociais gerarão **US\$ 3,37 trilhões até 2028**.

Essa estratégia deve ser muito usada em 2024 com a oferta de promoções e atrativos para que a compra, **diretamente pela rede social**, chame a atenção do público.

Desta forma, a compra por impulso se torna mais rápida e o creator tem um papel importante nessa jornada: **juntando seu alcance com sua influência, ele é capaz de girar ponteiros de vendas cada vez mais rápido!**





5 – O Poder dos Micro e Nano influenciadores

Os chamados micro e nano influenciadores, estão bombando cada vez mais. A autenticidade nas redes sociais é crucial para gerar conexão entre a audiência e a marca e esses influencers de nicho dominam essa prática!

Então, em 2024, pode esperar as marcas dando mais as caras com esses creators menos mainstream.

6 – Influencer Communities

Ainda na linha dos micro e nano influenciadores, a **teoria de comunidade** vai chegar mais forte em 2024.

Se juntar com pessoas que se identificam com seus valores e são entusiastas de seus produtos traz um poder imensurável para a marca.

Os influenciadores ficarão cada vez mais **especialistas em conversar com uma comunidade específica.**



7 – As marcas buscarão parcerias contínuas em vez de projetos pontuais

Em um mundo cheio de conteúdos e informações é importante a marca se diferenciar da multidão.

Uma tendência que vem pra ajudar na criação da marca são as parcerias de longo prazo com os influencers, deixando de lado uma ação isolada e pensando mais em uma estratégia de longo prazo com a audiência dos creators.

8 – O público quer entretenimento, destaque-se!

No ritmo rápido e dinâmico das redes sociais, despertar o interesse e prender atenção é a joia rara que todos buscam.

As transmissões ao vivo (lives) continuarão a desempenhar um papel fundamental nas campanhas de MKT e os creators/streamers terão um papel fundamental na amplificação. **O sucesso desse formato só tende a crescer.**



9 – O usuário como seu maior carro-chefe: UGC

O **UGC (User-Generated Content)** é uma jogada incrível onde os próprios usuários são as estrelas: criando e compartilhando conteúdos sobre os produtos e serviços nas redes sociais.

Os clientes **mostrando os produtos, contando suas histórias, e as marcas usando isso no marketing** delas gera uma conexão autêntica, aumenta a confiança e engaja as comunidades nichadas.

10 – IAs

A inteligência artificial já é realidade, mas especialistas citam 2024 como o ano mais promissor para as ferramentas com esse tipo de capacidade.

Conteúdos gerados e analisados pelas IAs vão vir forte no próximo ano. **Muitas trends acabam sendo geradas por criações de imagens** (como exemplo mais recente, as fotos estilo pixar que bombaram nas redes sociais).





Esteja antenado
em tendências que
movimentarão o
mercado!

Arrase em sua campanha
com creators em 2024!

Escaneie o Qr Code e saiba
mais sobre nossos conteúdos



Fique por dentro das
nossas novidades:

 @wecreatespark

 sparkinfluencermarketing

 TikTok
Marketing Partner

