

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



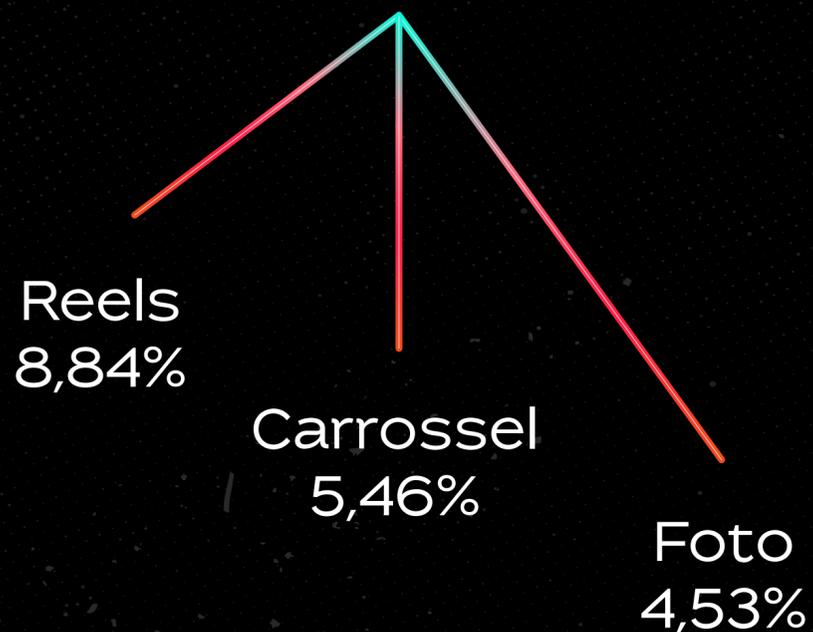
8,54%



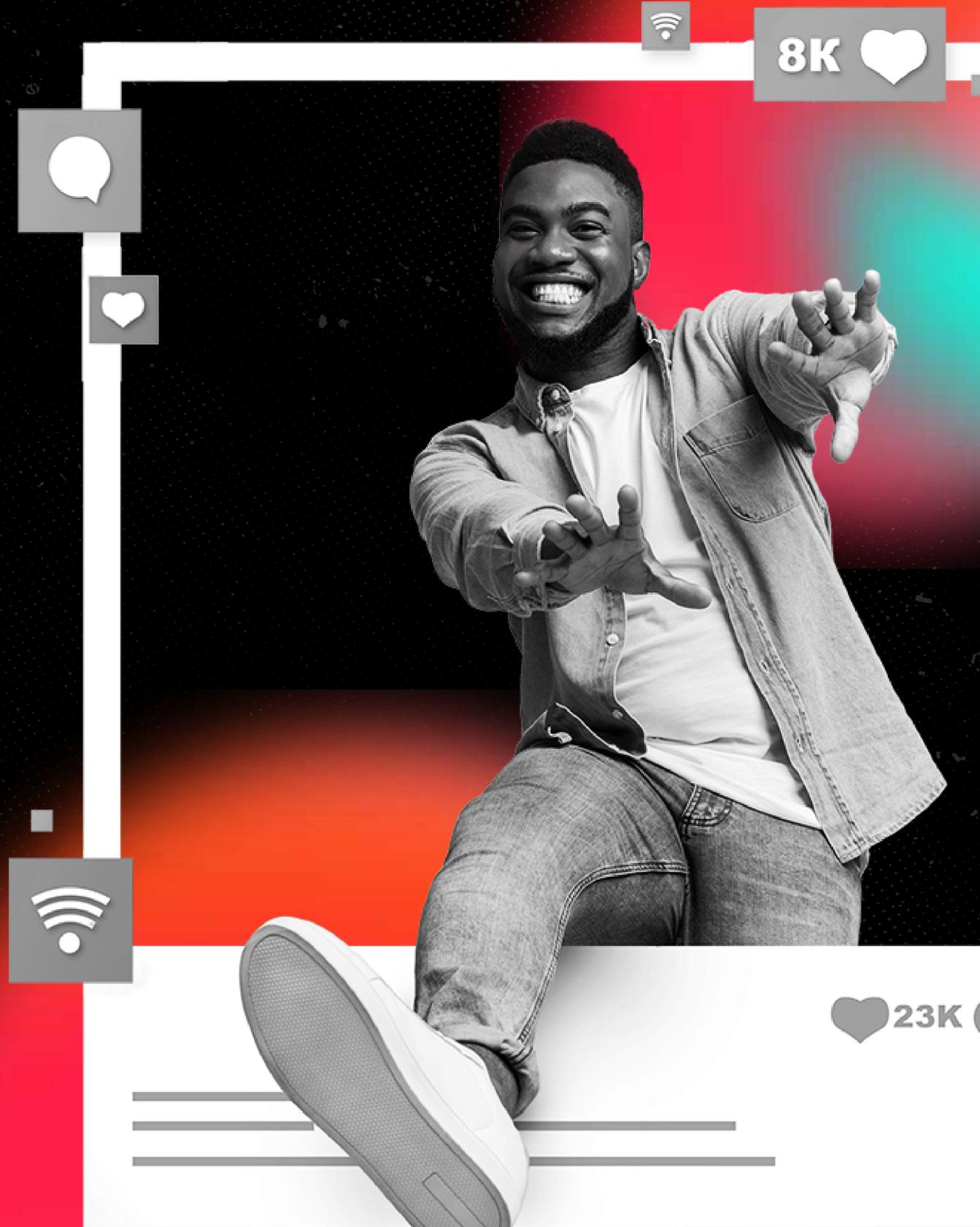
6,57%



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.



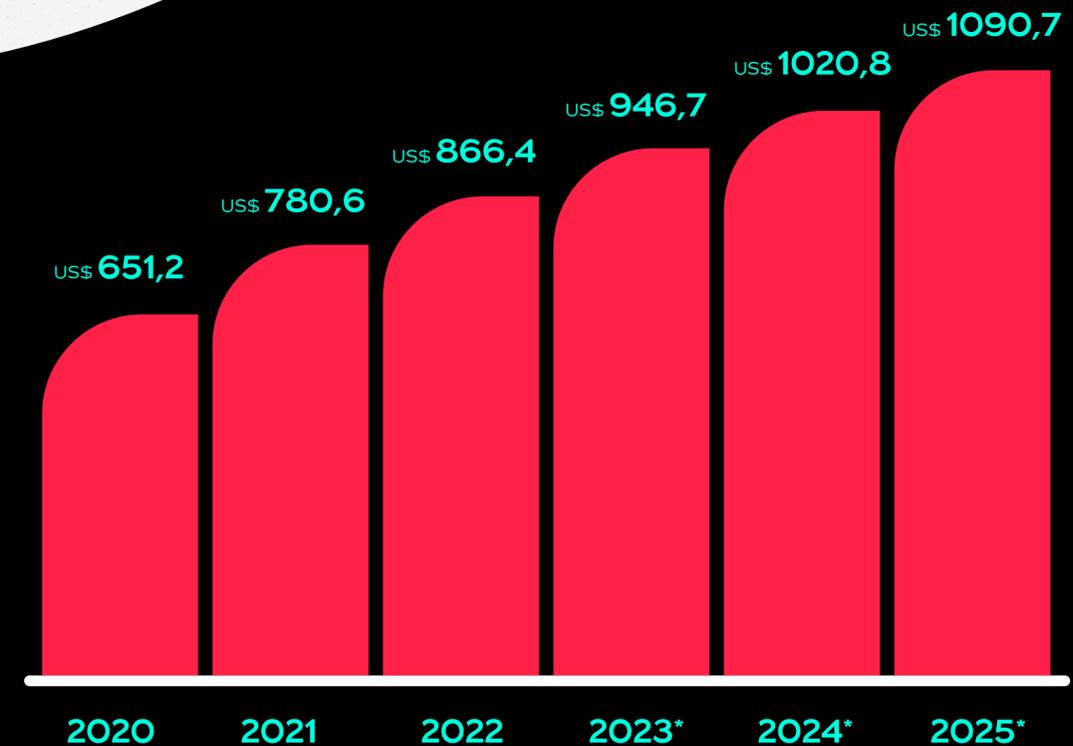
**Até final de 2024,  
o investimento em  
publicidade deve  
superar US\$ 1 trilhão.**

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 tiktokizado

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**.

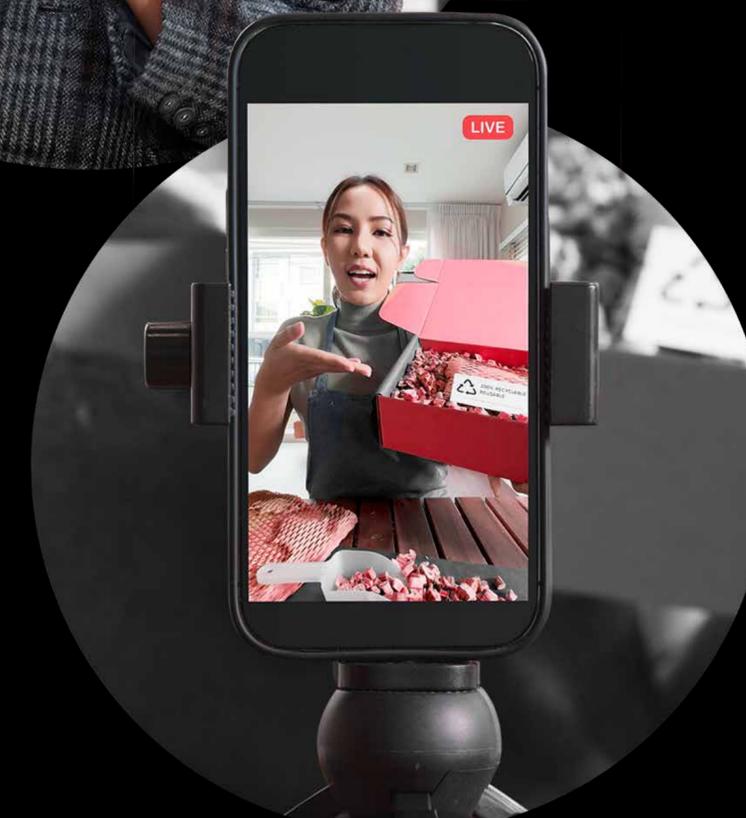


### 4 – Entretenimento & compras direto na rede social!

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!

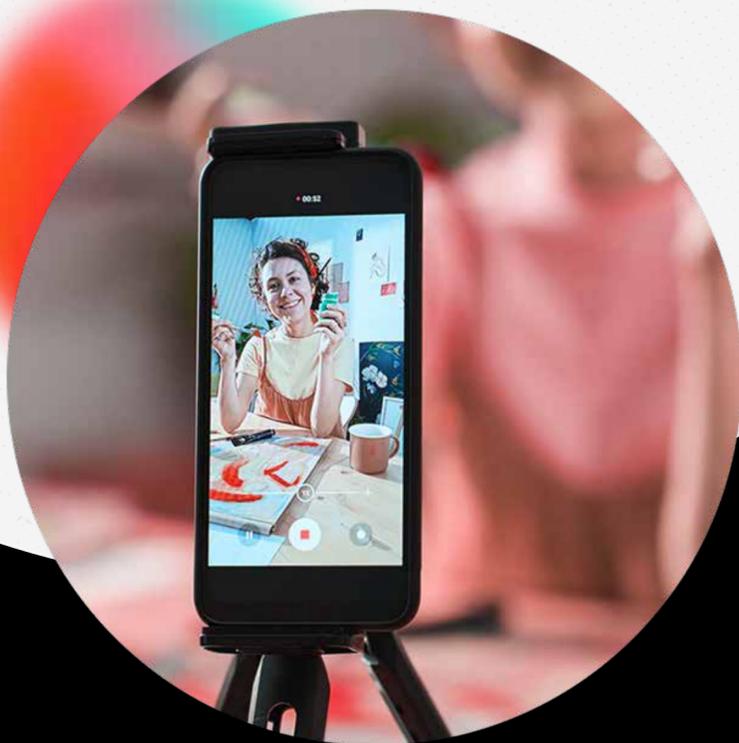
Então, em 2024, pode esperar as marcas dando mais as caras com esses creators menos mainstream.

## 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

