



# MARKETING DE INFLUENCIA

La fórmula para elegir a los *influencers* más adecuados para tu marca y llevar tu retorno de 100 a 1000.

ISBN: 978-84-11313-43-8

COLECCIÓN: LID - Acción empresarial

IBIC: KJS; UDBS; **THEMA:** KJS; UDBS; **BISAC:** BUS043000, BUS043040

**FORMATO:** 15 cm x 22 cm **PÁGINAS:** 200 **PESO:** 258 g **PVP:** 21.95 €



**Descubre de la mano de Manuel Albuquerque, CEO de Primetag, la empresa número 1, en el mundo de medición del retorno del marketing de influencers, cómo aplicar a ciencia de los datos al arte de la influencia.**

Los *influencers* hoy mueven el mundo del marketing; humanizan a las marcas para conectar personas e intereses, y son magníficos embajadores, pues influyen de forma notable en grandes comunidades de usuarios. Pero para que el resultado sea el esperado, es fundamental definir qué tipo de *influencer* es el más adecuado para tu empresa, marca o producto. Ahí está la clave que hará que tu inversión tenga un gran retorno o que directamente no tenga sentido.

¿Cómo puedes saber en qué *influencer* debes que invertir? Te gustan varios, te identificas con ellos, los ves en la línea de la marca, pero ¿son ellos los que más rentabilidad te van a dar?, ¿conoces todos los datos que debes valorar, además del número de seguidores, su engagement y su ubicación geográfica? Tu decisión debe estar basada en datos y no solo en lo que ves, te transmiten o te han contado.

**Marketing de influencia es un manual completo, muy didáctico, práctico y riguroso, en el que Manuel Albuquerque comparte, paso a paso, las claves esenciales que te permitirán encontrar y elegir los *influencers* que tu marca o producto necesita para alcanzar su objetivo. Cada una de las claves que el autor comparte se apoya en numerosos casos reales que las hacen fácilmente comprensibles.**

Sin duda, esta es una lectura imprescindible para cualquier profesional dedicado al marketing de influencia digital y o cualquier persona que desee adentrarse en este mundo y controlarlo.

## **SOBRE EL AUTOR**

**Manuel Albuquerque** es CEO de Primetag, la plataforma de medición de influencia digital número 1 en el mundo, que da servicio a clientes como: IKEA, Coca-Cola, H&M, Cortefiel, Calzedonia, Springfield..., para hacer que todas las actividades dentro del ámbito del marketing de influencia sean más fáciles de gestionar, escalar y medir. Albuquerque es licenciado en Ingeniería Civil por la Universidad de Aveiro y puso en marcha su primer negocio, Switch On, una aplicación que analizaba el tiempo y las condiciones del océano y sugería las mejores olas para surfear al día siguiente, con solo 26 años. La evolución de este proyecto le llevó a crear Radlegacy, un *software* que medía el impacto comercial de los contenidos de los entusiastas del deporte y los atletas en las redes sociales, hasta que en 2014 fundó Primetag. Albuquerque imparte, además, conferencias a nivel mundial, principalmente en España, Portugal y EE. UU., como líder en marketing de influencia digital.

