[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en el 13/02/2017

# [¿Qué perfil tienen los influencers?](http://www.notasdeprensa.es)

## Según un estudio de Reech, se trata de adultos jóvenes de entre 19 y 30 años en su gran mayoría. Lifestyle es por lejos la categoría de contenido más popular para los influencers digitales. La opción preferida para compartir sus publicaciones es Instagram.

Muchas marcas buscan a los blogueros online e influencers digitales para ser parte de sus estrategias de redes sociales, con miras a traer a consumidores similares, pero ¿cuáles son los puntos en común que pueden tener estas personalidades y para que les buscan las marcas? La mayoría de los influencers digitales son adultos jóvenes, según un estudio de Reech llevado a cabo en Francia, de hecho, un 54 por ciento de los influencer encuestados tenían edades entre 19 y 30 y en líneas generales, estas personalidades tienen más seguidores si llevan más tiempo en el negocio, que los que acaban de llegar. Por ejemplo, un 55 por ciento de quienes contaban con más de 100.000 seguidores reportaron tener presencia online desde hace al menos tres años. Lifestyle es por lejos la categoría de contenido más popular para los influencers digitales en Francia. Más del 70 por ciento de los participantes del estudio así lo reportaron. Mientras que Moda y Belleza empatan en una segunda posición en el ranking, con al ser citado por un 48,4 por ciento y en la tercera posición se coloca la temática de viajes o comida, con cifras similares, cercanas al 33 por ciento. Entre las plataformas preferidas por los influencers en ese país, la primera opción es Instagram, utilizada por un 43 por ciento, seguido de un 26,1 por ciento que reporta su propio blog. En el caso de Instagram esta plataforma es muy popular especialmente entre los influencers que tienen menos de año en la actividad, mientras que los que tienen más tiempo tienden a los blogs. Las marcas en Francia, tienen la vista puesta en aquellas personalidades que tienen capacidad de atraer y persuadir a sus audiencias target a través de las redes sociales, y no esperan mucho antes de acercarse a sus candidatos. Según la investigación, casi un 50 por ciento de los influencers digitales, señala que una marca les ha contactado entre seis y doce meses después de comenzaron a postear contenido. Más aun, un 41,4 por ciento sabe de éstas entre una y tres veces por semana. Y la mayoría de los influencers ha aceptado varias de estas ofertas hechas por las marcas, pues más del 66 por ciento está asociado a, por lo menos, diez marcas. Los influencers que acceden a trabajar con las marcas tiene varias razones para ello, siendo la principal razón, para casi el 50 por ciento, el producto que debían promocionar. Aunque los valores asociados a la marca, la forma en la que esta loes ha contactado y la experiencia asociada que les ofrece, también son factores importantes, citados por al menso un tercio de los influencers de este estudio. La noticia "¿Cuáles son las características que distinguen a los influencers?" fue publicada originalmente en Revista Merca2.0.

**Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/que-perfil-tienen-los-influencers](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Internacional Moda Comunicación E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)