

Le Guide Noir y Fashion District firman un acuerdo de colaboración

De este modo, las firmas que inviertan en Influencer Marketing conocerán los datos reales de los influencers antes de hacer una campaña. La plataforma de la start up española Le Guide Noir da a los influencers la tecnología necesaria para garantizar el éxito de cualquier campaña. La agencia española Fashion District Spain representa a influencers de reconocido prestigio internacional como Alèx Riviere o Alice Campello, entre otros

Internet y las redes sociales han convertido a los influencers en auténticos referentes de miles de usuarios y seguidores. Por ello, para muchas empresas que invierten en estos prescriptores es imprescindible no solo encontrar el influencer perfecto sino medir y valorar la inversión que realizan para conocer el retorno de cada acción.

De hecho los datos del segundo trimestre de este año reflejan que las marcas invirtieron 442 millones de dólares en Estados Unidos y Canadá en Influencer Marketing, un 83% más que el año pasado. Sin embargo, según el estudio "The State of Influencer Marketing 2019", más del 38% de los influencers españoles utiliza falsas interacciones.

Por esta razón, es imprescindible profesionalizar esta industria, y ofrecer a las marcas las garantías suficientes en cada una de las acciones de Influencer Marketing que pongan en marcha. Este, entre otros, es el objetivo que ha llevado a la start up española Le Guide Noir, el mayor proveedor de Influencer Marketing en Europa, y la agencia que representa a influencers como Alèx Riviere o Alice Campello, Fashion District Spain; a realizar un acuerdo para dotar a sus influencers de la tecnología necesaria con la que ofrecer a las firmas cifras reales y fiables.

A través de este acuerdo, ambas compañías aprovechan sus sinergias y experiencia en el entorno digital para ayudar a firmas de todo el mundo a encontrar el mejor prescriptor para cada campaña, y garantizar con ellos un aumento del impacto de las marcas en el entorno digital.

Así, influencers de la talla de Alèx Riviere (con más de 386.000 seguidores) o Alice Campello (con más de 2 millones de seguidores), se posicionan en otro nivel respecto al resto de creadores del mercado gracias al respaldo tecnológico que ofrece la plataforma de Le Guide Noir. Datos auténticos, reales, seguros y sobre todo medibles, que van más allá de un feed bonito con una estética cuidada; lo que permitirá situarlas en una posición privilegiada en todas las campañas de Influencer Marketing.

Según Gonzalo Cebrián, CEO de Le Guide Noir, "gracias a FDS y su peso internacional en la industria de la comunicación, seguimos dando pasos para consolidarnos como el principal proveedor de Influencer Marketing a nivel europeo, ofreciendo una herramienta con la que medir las interacciones y el alcance de cualquier influencer".

Por su parte, Bea Villarroya, fundadora de FDS, señala que “utilizar la tecnología de Le Guide Noir nos hace destacar claramente entre los competidores poniendo a nuestros talentos en una posición única respecto al resto de creadores del mercado, aportando a las marcas que confían en nosotros la seguridad y notoriedad que necesitan”.

Más información: <https://vimeo.com/359721145>

Sobre Le Guide Noir

Le Guide Noir es la plataforma española de Social Performance líder en Europa, con la que trabajan actualmente cerca de 200 compañías y grupos empresariales de reconocimiento internacional de sectores como moda, belleza, alimentación o viajes.

Le Guide Noir dispone de una suite de 18 herramientas que permite controlar y gestionar todo el “customer journey” de cualquier marca, desde que un usuario ve un producto en social media hasta que realiza la compra.

La compañía, que nació en 2014 de la mano de Gonzalo Cebrián, se ha posicionado como la empresa que más campañas de Influencer Marketing puso en marcha en Europa el año pasado, con más de 200 colaboraciones. Firmas como Inditex, Primark o L’Oréal ya están entre sus clientes.

Sobre Fashion District Spain

Fashion District Spain es la agencia multidisciplinar especializada en branding internacional de origen español, que ayuda a firmas como Anine Bing o Sesderma, entre otras a diferenciarse de la competencia y en adaptar las estrategias de cada compañía al mundo digital.

Desde hace más de seis años, en FDS ponen en marcha propuestas 360º ad hoc para cada una de las marcas con las que trabajan. En el área del Influencer Marketing la compañía representa a perfiles de reconocido prestigio internacional como Alèx Riviere o Alice Campello.

Datos de contacto:

Maria Contenente

91 302 28 60

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Moda](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>