

Cómo un grupo de mujeres está revolucionando el influencer marketing gracias a su tecnología 'in-house'

Que las redes sociales son el canal de marketing más relevante, nadie lo pone en duda. Que los influencers son los prescriptores más eficaces para cualquier marca, tampoco. Y, aunque es una obviedad que resulta imprescindible poner en contacto a unos (influencers) con otros (marcas), nadie había pensado en cómo hacerlo de manera ágil y segura. Hasta que llegó Influencer Marketing Lab

Influencer Marketing Lab (IML) es la respuesta a esa necesidad. Se trata de una agencia que, a través de su plataforma online, pone en contacto a empresas e influencers a través de una tecnología novedosa y pionera. Desarrollada por un equipo eminentemente femenino, la herramienta de IML agiliza los procesos de selección de influencers, planificación de campañas y medición de los resultados de las colaboraciones entre influencers y marcas.

Tras más de diez años en el sector del marketing digital su CEO, Marta Mora, se dio cuenta de que cada vez más clientes les solicitaban campañas con influencers, pero la búsqueda, gestión y trámites con ellos era cada vez más ardua. Comprendió así que había un nicho de mercado muy potente por explotar. “No había ninguna agencia especializada en trabajar con influencers con una herramienta realmente eficiente y optimizada, - asegura Mora - así que la idea surgió de manera muy orgánica, para dar respuesta a las inquietudes cada vez mayores de nuestros clientes en este sentido”.

Tuvo muy buen ojo, a la vista de los resultados. IML creció un 80% en 2021 con respecto al año anterior y tiene una previsión de triplicar su facturación en 2022, cuenta con una cartera de alrededor de 80.000 influencers de Europa, Latinoamérica y Estados Unidos de los perfiles más diversos; y al proyecto se han ido incorporando más personas hasta formar un equipo multidisciplinar de expertas en tecnología, marketing y comunicación. Expertas, sí, porque el acento de la empresa es claramente femenino.

¿Qué es SMET Community?

Se trata de una nueva apuesta de IML, que pretende convertirse en el ecosistema perfecto para los influencers: uno en el que los micro y nanoinfluencers pueden interactuar dentro de un entorno blockchain, aprovechando la tecnología puntera, como la creación de NFTs y Smart contracts. Pueden darse de alta para lograr visibilidad entre las empresas; encontrar a otros influencers con los que establecer sinergias; consultar todas las campañas, activas y pasadas, tanto propias como de otros prescriptores y gestionar desde ahí mismo todos los trámites con sus clientes: contratos, pagos, acuerdos de confidencialidad o colaboración...

SMET Community se encuentra en el punto final de su desarrollo y estará abierta a cualquier persona que cree contenido relevante en redes y cuente con una nutrida comunidad de seguidores (ya se puede acceder a su canal de Telegram). Será totalmente gratuita y aceptará cualquier perfil: belleza,

salud, fit, gaming, tecnología, DIY... estando en su foco de atención especialmente los nanoinfluencers (hasta 10.000 seguidores) y los microinfluencers (hasta 50.000 seguidores).

La gratuidad de la plataforma, su diseño atractivo, un manejo fácil e intuitivo han sido claves para el éxito no sólo de SMET Community durante las primeras rondas de financiación, sino para Influencer Marketing Lab en general: a pesar de los tiempos convulsos que corren, las expectativas de la compañía no podrían ser mejores. A los acuerdos ya cerrados con pesos pesados de la gastronomía, los videojuegos y el sector servicios para la gestión de sus campañas de marketing digital se suma la previsión de alcanzar los 300.000 influencers registrados antes de verano. Para que luego haya quien siga pensando que la tecnología no se conjuga en femenino.

Datos de contacto:

Jessika Curto
CTO Influencer Marketing Lab
617841237

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>