

El evento IMWEEK20 sobre Marketing de Influencers termina con un gran éxito

El evento ha acogido 40 perfiles profesionales destacados de la industria del Influencer Marketing y durante 15 horas se ha desgranado la situación actual de la industria. Ante el buen recibimiento del encuentro, la organización ya ha anunciado la segunda edición de la IMWEEK21 entre el 4 y el 7 de octubre de 2021

“La Influencer Marketing Week ha sido todo un éxito y ha sido así porque el sector tenía una clara necesidad de tener un espacio donde encontrarse y debatir”, explica Òscar Cumí, fundador del portal Influencer Marketing Place e impulsor del evento.

El evento profesional ha reunido 40 profesionales del marketing de influencers y durante más de 15 horas han debatido sobre el sector y presentado las nuevas tendencias y herramientas. “El Influencer Marketing se está transformando hacia una mayor profesionalización. Inicialmente los anunciantes y las agencias hacían colaboraciones con influencers basándose en pocos criterios cualitativos como por ejemplo el tamaño de la comunidad de los influencers”.

“Ahora todas las partes tienen más experiencia y además se han creado softwares que permiten la localización de influencers por múltiples criterios de segmentación así como una gestión integral de la campaña desde una única herramienta. Esta combinación de experiencia y tecnología lleva a la profesionalización del sector del marketing de influencers”.

Algunas de las marcas nacionales e internacionales de referencia dentro del sector que han participado en el encuentro han sido Traacrk, Hyperauditor, Youzz, SocialPubli, Influency, Heepsy, 2btube, Divimove, Samyroad, Vendfy y Territory Influence, BInfluencer, Keeper Experience, SIDN Digital Thinking, Luxdots, Hamelin Agency, Indomit, Influapp Comunicazen y marcas como Aba English y Luxottica.

El éxito de esta primera edición ha llevado a la organización a anunciar la Influencer Marketing Week 2021 que se celebrará entre el 4 y el 7 de octubre.

“Algo que también se ha detectado en esta edición de la IMWEEK es que las marcas piden más control sobre su inversión cuando trabajan con influencers y ahí es donde la tecnología debe poner el foco”, detalla Cumí. “Otro aspecto que caracteriza este encuentro profesional es que se ha puesto a disposición de los participantes una herramienta que ha permitido concertar reuniones privadas online para potenciar el networking y maximizar las oportunidades de negocio”.

Según un estudio de IAB Spain la inversión en influencers superó los 20,3M€ en 2018 en España. En el año 2019 llegó a los 26,4M€ y en 2020 la previsión era de 32,5M€. Una cifra que a pesar de la pandemia seguramente se superará.

Todo el contenido emitido en el #IMWeek20 se puede visualizar desde el canal de Youtube del Influencer Marketing Place.

Datos de contacto:

Josep Salvat PR
Consultora de Relaciones Públicas
635660380

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

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>