

Estudio revela que 1 de cada 5 personas confía más en los influencers que en especialistas

Sortlist, la plataforma de matchmaking B2B, encuestó a 1.000 usuarios en 5 países para comprender el poder de las personas influyentes en las decisiones de la gente

¿Confía la gente en los influencers más que en sus banqueros o médicos? Sortlist, la plataforma de matchmaking B2B, encuestó a 1.000 usuarios de Bélgica, Alemania, España, Francia y los Países Bajos que siguen en redes sociales a influencers en el ámbito de la salud y la nutrición, así como a personas influyentes en el ámbito de las finanzas, con el fin de comprender el poder de las personas influyentes en las decisiones de la gente y en qué lugar quedan los especialistas tradicionales.

El estudio analiza cómo los influencers pueden afectar a la mentalidad de los usuarios, estudiando las fuentes que utilizan para encontrar información sobre salud y finanzas, los factores que intervienen en la confianza, el valor percibido de los influencers y el valor percibido de los especialistas.

Estas son algunas de las conclusiones del estudio:

- 1 de cada 5 usuarios confía más en los influencers que en sus médicos y asesores financieros.
- El 46 % de los encuestados afirma que los influencers les ayudan en sus inversiones financieras; sin embargo, el 37 % piensa que los especialistas son más transparentes.
- El 68 % de las personas que siguen a influencers de finanzas investigan la información que proporcionan, al igual que el 50 % de las personas que siguen a influencers de salud.
- El coste y la dificultad para conseguir una cita son los dos principales bloqueos a los que se enfrentan los usuarios a la hora de decidir contactar con sus especialistas en salud o finanzas.
- A pesar de la influencia que tienen, los influencers siguen ocupando el último lugar cuando los usuarios deciden en quién confiar más. Los especialistas ocupan el primer lugar.

Además, el informe revela que las personas de 35 a 44 años son el grupo menos propenso a comprar un producto de salud o nutricional promocionado por influencers en las redes sociales, mientras que los usuarios de mayor edad (45-54 años) fueron quienes más lo hicieron.

Se puede leer el estudio completo aquí: <https://www.sortlist.es/blog/estudio-influencer/>

Datos de contacto:

Jorge Uceda

634735380

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>