



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**

Barcelona, 17 de noviembre de 2020. “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 nos 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, Influencity, Heepsy, 2btube, Divimove, Samyroad, Vendfy y Territory

Más información:

Raimon Sastre
Consultor de comunicación

635 660 380

raimon@josepsalvat.es



NOTA DE PRENSA

Influence, BInfluencer, Keeper Experience, SIDN Digital Thinking, Luxdots, Hamelin Agency, Indomit, Inluapp 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 hemos 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 hemos 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](#).

Más información:

Raimon Sastre
Consultor de comunicación
635 660 380
raimon@josepsalvat.es