



GUÍA RÁPIDA DE NEGOCIACIÓN CON INFLUENCERS



1. CATEGORIZAR POR SU ALCANCE

Definir si el influencer es macro, micro o nano para ajustar estrategia y presupuesto según su audiencia

2. ESTABLECER ROLES

Acordar en qué fases participará el influencer; esto impacta el costo según su nivel de implicación.





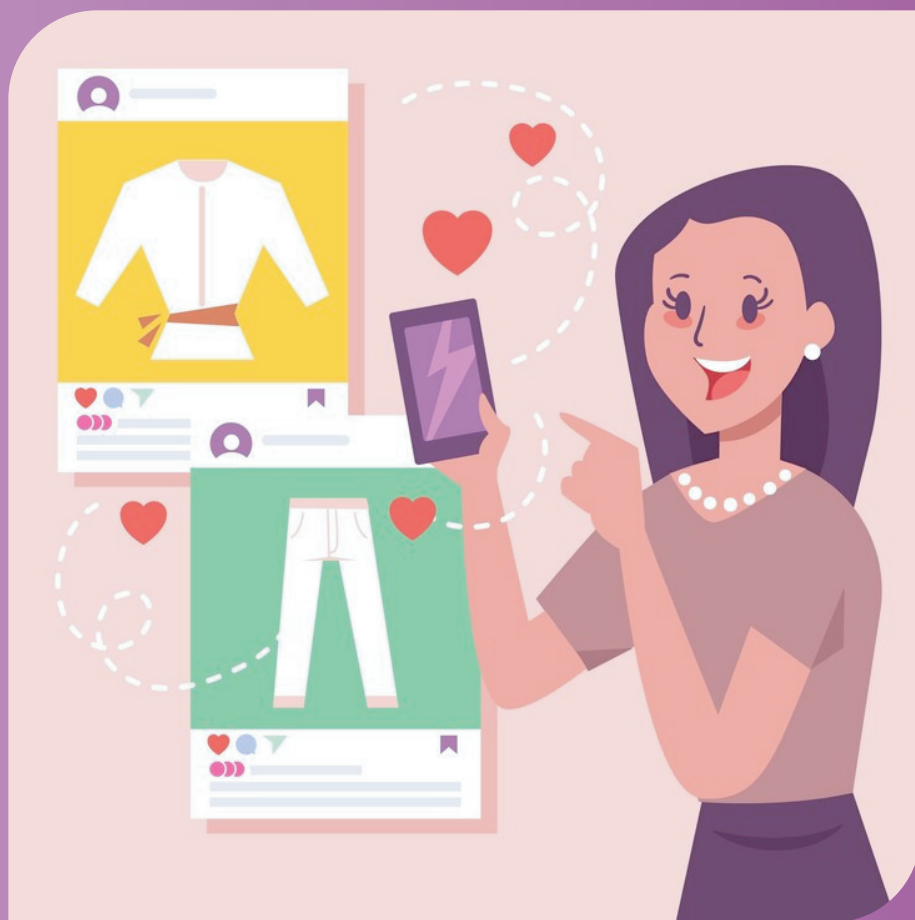
3. DECIDIR CANALES DE DIFUSIÓN

Elegir si el contenido se publicará en redes de la marca, del influencer o ambas, afectando el alcance

4. DEFINIR CONDICIONES DE PAGO

Fijar tipo de pago y plazo (mensual, a 60 o 90 días), según el presupuesto y tamaño de la marca.





5. ANALIZAR LA REPUTACIÓN DE LA MARCA

Revisar si la reputación de la marca es un riesgo para el influencer, pues podría influir en su decisión.