



CREATOR ECONOMY: ✖ — ●

A NOVA ERA DA COLABORAÇÃO

Como marcas, agências e criadores de conteúdo constroem o futuro juntos





PESQUISA ROI & INFLUÊNCIA 2025

YPX +  Nielsen



RAZÕES PARA UMA



PESQUISA



Esse material busca entender:



A importância estratégica da influência para as marcas



Planejamento e ações das marcas



Quanto e como investem, e como isso é mensurado



Expectativas sobre estratégias realizadas

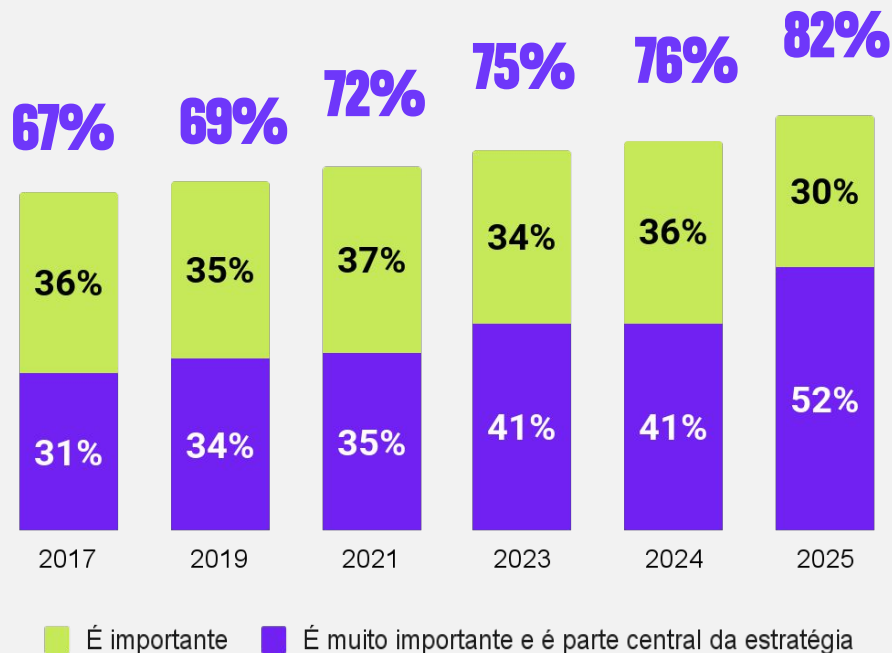
ROI & Influência 2025 (sexta edição) se propõe a investigar como a profissionalização do mercado e relações no ecossistema de influência impactam diretamente nos resultados das campanhas e percepção de ROI pelas marcas.

Ela atua como um farol para que possamos entender a maturidade do mercado, como players atuam e quanto o marketing de influência movimentada.

DEPOIS DE 3 ANOS DE ESTABILIDADE, CRESCE A RELEVÂNCIA DO MARKETING DE INFLUÊNCIA EM 6p.p.

PESQUISA DE ROI

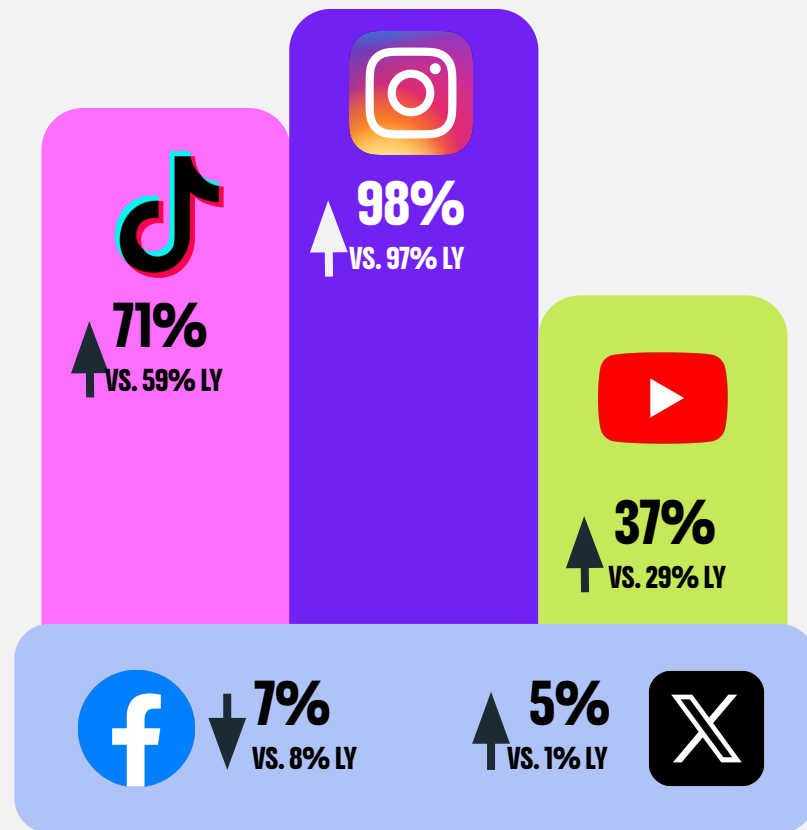
Cresce também aqueles que veem o Marketing de Influência como uma **estratégia central de comunicação**.



TOP 3 CANAIS MAIS ESTRATÉGICOS PARA SE TRABALHAR COM O INFLUENCIADOR




PESQUISA DE ROI

A soberania do Instagram.



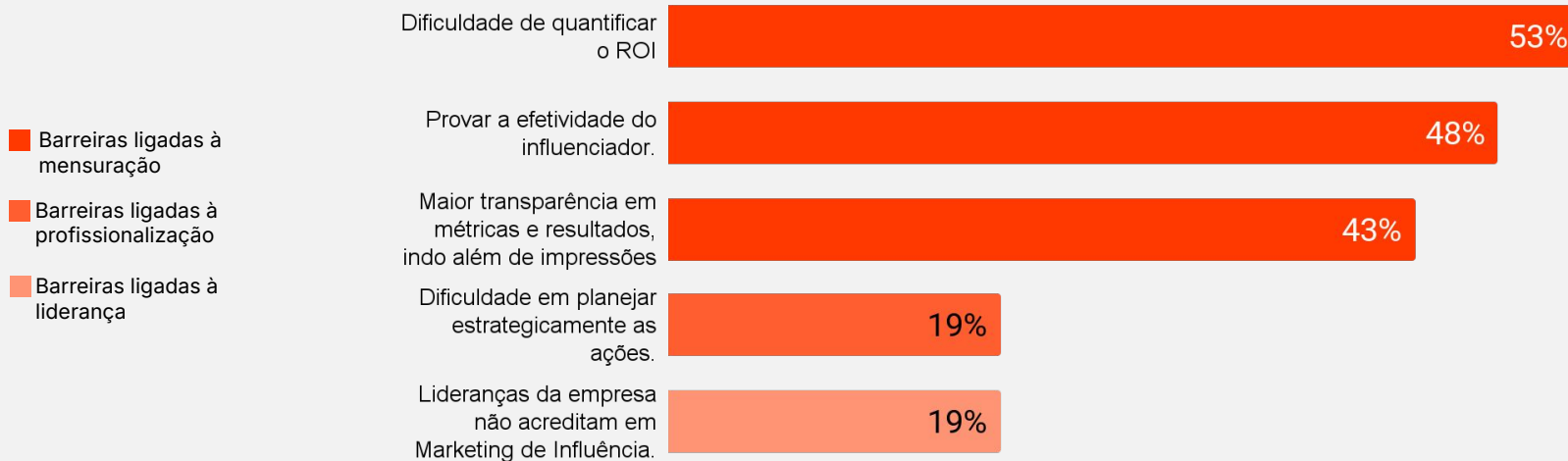
A #PUBLI ESTÁ NO INSTA, MAS A COMPRA VEM DE TODO LADO

Plataformas usadas pelos *creators* que mais influenciaram na compra de um produto e/ou serviço:

	19 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	+ 55 anos
1°	 78%	 79%	 80%	 75%	 70%
2°	 53%	 53%	 60%	 65%	 63%
3°	 51%	 42%	 31%	 37%	 37%

MENSURAÇÃO É CHAVE PARA AUMENTAR INVESTIMENTO

Top 5 barreiras para aumentar o investimento em mkt de influência:



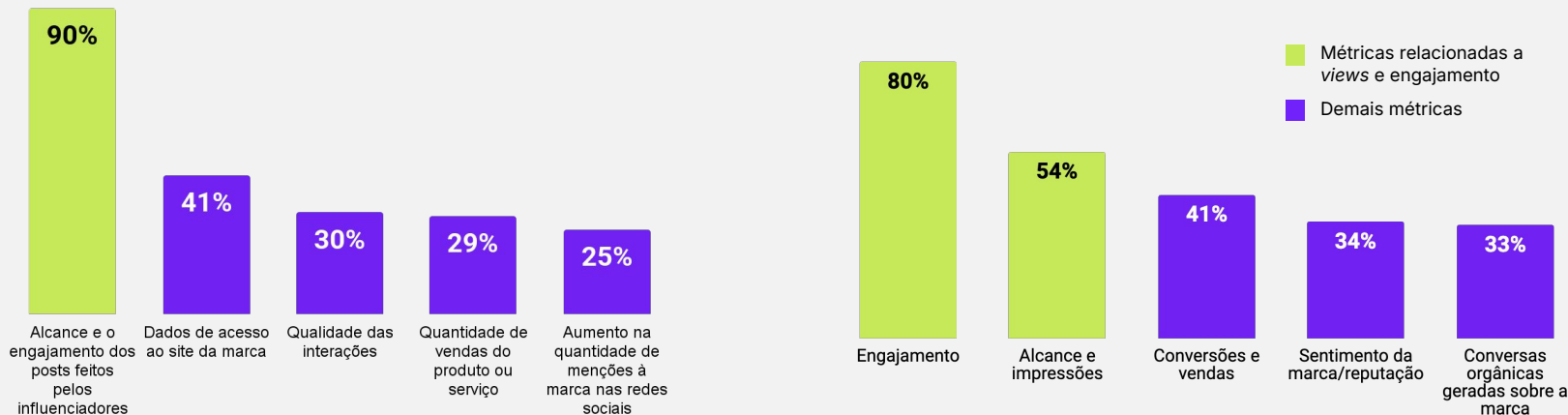
PARADOXO DA MENSURAÇÃO

Para 2 em cada 5, a falta de dados além de impressões e engajamento trava o investimento. Mesmo assim, o mercado continua medindo com métricas superficiais.

Top 5 métricas para avaliar campanhas com *creators*:

Anunciantes:

Agências:



OS PRAZOS SÃO CURTÍSSIMOS E ASSIM O PLANO JÁ NASCE FRÁGIL

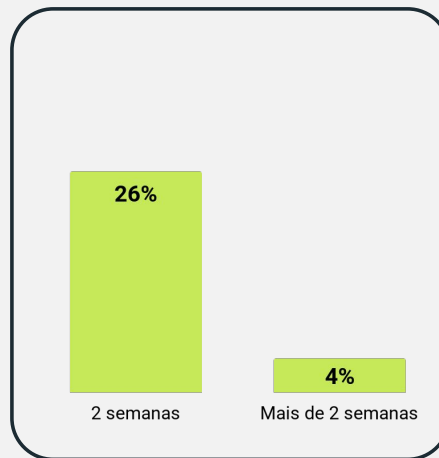
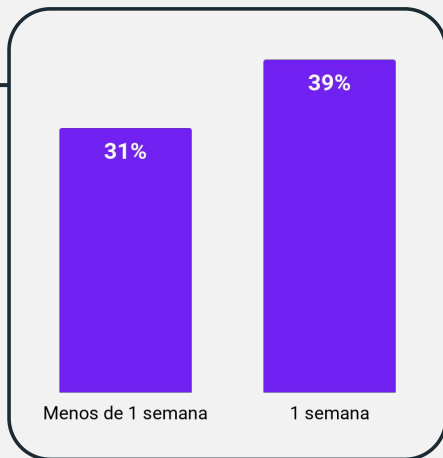
Prazo para apresentar o planejamento de uma campanha de influência para o cliente:

70%

Esse número vai para

91%

para agências com mais de 20 clientes



31%

3 INSIGHTS PARA AVANÇARMOS NA CONSOLIDAÇÃO DO MARKETING DE INFLUÊNCIA



Não tem para onde fugir: mensurar é inegociável para a profissionalização



Plataformas como aceleradores para otimizar, comprovar e multiplicar os resultados



Relacionamento sério: é preciso reavaliar a gestão de responsabilidades **entre agências e anunciantes**

PESQUISA

DE ROI

BAIXE O — :
ESTUDO * * *
— AGORA
MESMO — ↘



**Agende a
 apresentação deste
 estudo completo na
 sua empresa!**

