

Informe: Insta360

CASO DE ESTUDIO:

Descubra cómo Insta360 mejoró su gestión de influencers con Brandwatch



Los influencers son socios poderosos para que las marcas aumenten el conocimiento de la marca, promocionen sus productos y profundicen la lealtad de los clientes. Trabajar con personas influyentes puede ser fundamental para llegar a nuevas audiencias o mercados.

El **marketing de influencers** ha ganado popularidad a lo largo de los años y es una iniciativa de marketing importante para muchas empresas. Especialmente cuando se trata de un público más joven. Según un estudio de Morning Consult, el 72% de la Generación Z y los Millennials siguen a personas influyentes en las redes sociales.

Hablamos con Alex García, director de asociaciones de Insta360, sobre cómo **Brandwatch** les ha ayudado a mejorar su marketing y sus asociaciones con influencers.

Continúe leyendo para saber cómo Insta360 utiliza Brandwatch para:

- Administre 4000 socios con facilidad
- Acelere los informes de campaña (ahora son 90 veces más rápidos)
- Logre costos para campañas significativamente por debajo del promedio de la industria con un costo por vista de 0,0004 dólares.
- Ahorre tiempo en la generación de informes, lo que permitirá al equipo gestionar mejor las relaciones y las decisiones comerciales.





Acerca de **Insta360**

Insta360 es una empresa de cámaras con sede en Shenzhen, China, y oficinas en Berlín, Hong Kong, Los Ángeles y Tokio. Insta360 crea productos audazmente innovadores que ayudan a las personas a capturar y compartir sus vidas. Con una mentalidad de "pensar en negrita", **Insta360** está reinventando los límites de las cámaras de acción, las cámaras 360 VR y las soluciones fotográficas tradicionales. Impulsado por IA, el software de edición de video de la marca está revolucionando la forma en que los creadores crean contenido atractivo. Insta360 se dedica a ayudar a una nueva generación de atletas, creativos, viajeros de aventuras y profesionales a dar vida a sus ideas.

En 2019, la NASA utilizó cámaras Insta360 para transmitir en vivo el aterrizaje de su Insight Mars Lander, y la campaña recibió un Emmy.

En la gestión de campañas de influencers previas a la incorporación de Brandwatch

Insta360, una empresa con una amplia gama de productos y un variado público objetivo, confiaba en el equipo de Alex García para supervisar todo el proceso.

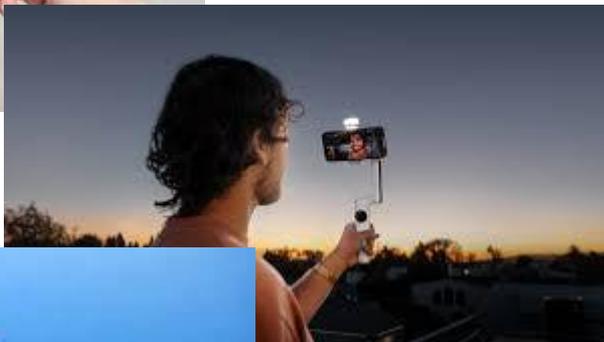
El marketing de influencers era esencial para promocionar sus productos, a incluir desde deportes de invierno hasta el Black Friday y lanzamientos de nuevos productos.

A medida que la empresa crecía y diversificaba sus campañas, la gestión manual de asociaciones se volvía ineficiente y propensa a errores, ya que dependía en gran medida de hojas de cálculo.

Esto llevó a la necesidad de una solución que permitiera gestionar campañas a gran escala, optimizar las operaciones y liberar tiempo para el equipo de Alex.

La incorporación de Brandwatch facilitó considerablemente este proceso.





Impulsar asociaciones a escala

Un avance rápido hasta el día de hoy, donde Insta360 gestiona sus relaciones con socios a escala con Brandwatch Influence.

El equipo de socios ejecuta más de 60 campañas al año y actualmente gestiona alrededor de 4000 socios en Influence.

Algunas campañas contienen hasta 3000 publicaciones sociales y generan una enorme cantidad de datos en un corto período de tiempo, que ahora pueden analizar fácilmente.



El equipo utiliza Influence a diario para gestionar las relaciones con sus socios, realizar un seguimiento de las campañas en curso en tiempo real, medir el rendimiento de las campañas y generar informes para la gestión con solo hacer clic en un botón. Esto les ahorra mucho tiempo que pueden invertir en otras cosas.

Antes de Brandwatch, el equipo tenía que elaborar manualmente informes de campaña, normalmente a las 24, 72 y 120 horas después de cada lanzamiento. Ahora pueden obtener rápidamente estos informes, hacer ajustes y cumplir con los plazos con facilidad. Entonces, en lugar de dedicar todo su tiempo a elaborar informes, pueden usarlos para analizar los resultados, responder preguntas de la gerencia y tomar decisiones inteligentes para futuras campañas.

Como dijo Alex: ***“Ahora podemos generar informes de rendimiento con un solo clic. Antes, cada vez que queríamos hacer estos informes necesitábamos cinco horas. Eso es un mínimo de 15 horas de informes para el lanzamiento de un producto. Ahora dedicamos unos diez minutos. Eso era algo muy importante que queríamos mejorar y por eso contactamos a Brandwatch”.***

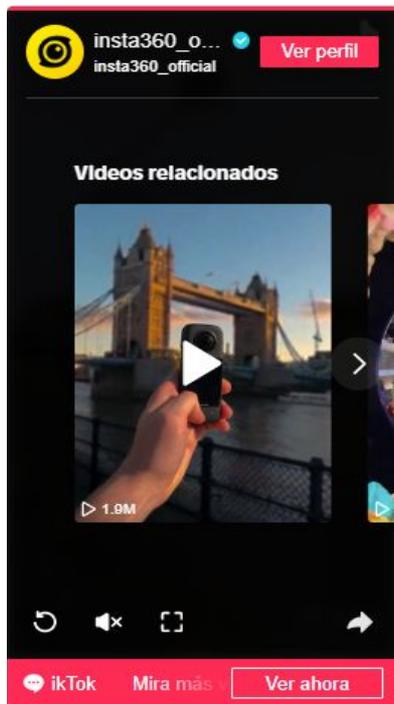


Con **Brandwatch Influence**, Insta360 puede monitorear los resultados de una campaña a lo largo del tiempo y mostrar resultados que no necesariamente se habrían marcado en el pasado.

Anteriormente, todos los informes de campaña cesarían después de una fecha específica, por lo que si una publicación se volvía viral más tarde, no lo sabrían y no habrían podido rastrearla. Ahora pueden ver cuándo una publicación despegga incluso después de la ejecución inicial de la campaña. También pueden comparar fácilmente las campañas en curso con el rendimiento de campañas anteriores.

Otra característica que Alex y su equipo utilizan con frecuencia es el análisis de audiencia. Esto resulta útil, por ejemplo, cuando quieren ver dónde se encuentra la audiencia principal de un socio. Estos datos pueden proporcionar información valiosa que podría resultar difícil de recopilar manualmente. Puede resultar que un socio de Australia tenga su audiencia principal en Europa. **Con este tipo de datos, Insta360 puede elegir los socios adecuados y optimizar sus campañas de influencers.**





Decisiones comerciales más inteligentes y mejores resultados

El año pasado, se volvieron virales varios videos de clientes sosteniendo sus cámaras Insta360 con la boca mientras corrían, haciendo que sus cabezas parecieran enormes con expresiones divertidas. No pasó mucho tiempo para que estos divertidos videos se volvieran virales en TikTok.

Insta360 aprovechó la oportunidad y creó una campaña dedicada a la tendencia llamada campaña Insta360 Nose Mode. Se acercaron a sus socios y les pidieron que crearan sus propios videos en “modo nariz”, y lanzaron cientos de videos que mostraban la tendencia a través de TikTok, Instagram Reels y cortos de YouTube.



Con **Brandwatch Influence**, pudieron realizar un seguimiento de los resultados de la campaña inmediatamente después del lanzamiento y en tiempo real. El proceso automatizado les ahorró mucho tiempo y recursos, lo que les permitió reaccionar rápidamente a una tendencia popular.

"Dedicamos tan poco tiempo a rastrear la producción de los influencers que podríamos dedicar ese tiempo a gestionar mejores relaciones, presentar nuevos influencers y reunir nuevos lanzamientos".

– Alex García, jefe de asociaciones de Insta360

"Dedicamos tan poco tiempo a rastrear la producción de los influencers que podríamos dedicar ese tiempo a gestionar mejores relaciones, presentar nuevos influencers y reunir nuevos lanzamientos. Obtuvimos un mejor coste por visualización gracias al seguimiento automático porque pudimos dedicar más tiempo al negocio y conseguir mejores ofertas", explicó Alex.



La campaña fue un gran éxito con 320 millones de visitas a través de sus socios y 680 millones de visitas en total , incluido el contenido de otros usuarios que se sumaron a la tendencia.

La campaña logró un coste por visualización de la increíble cifra de 0,0004 dólares, muy por debajo del promedio de la industria. La campaña incluso le valió a Insta360 una nominación para un premio YouTube Streamys en la categoría "Marca del año".

"Conseguimos un mejor coste por visualización gracias al seguimiento automático porque pudimos dedicar más tiempo al negocio y conseguir mejores ofertas".

— Alex García, jefe de asociaciones de Insta360



Alex y su equipo planean seguir ampliando sus asociaciones para ganar exposición e impulsar las ventas. La influencia les ayuda a alcanzar los objetivos de su campaña, mejorar su retorno de la inversión (ROI), tomar decisiones comerciales más inteligentes y hacer que el trabajo diario sea más fluido. Además de eso, la plataforma fácil de usar de Influence también ayuda a los nuevos miembros del equipo a ponerse al día rápidamente.

Como lo explica Alex: ***“La plataforma Brandwatch es fácil de entender, fácil de usar y una experiencia muy fluida. Recibimos recién llegados a la empresa cada pocas semanas y lo entienden muy rápidamente. La experiencia de usuario y la interfaz de usuario son muy intuitivas y sencillas. Yo diría que es una plataforma muy sencilla y fácil de usar”.***

“La experiencia del usuario y la interfaz de usuario son muy intuitivas y sencillas. Yo diría que es una plataforma muy sencilla y fácil de usar”.

— Alex García, jefe de asociaciones de Insta360



Agencia Especializada en **Social Listening** para Latam
& **Partner Oficial de Brandwatch** para la región.

Transforma el ruido **en conocimiento**

