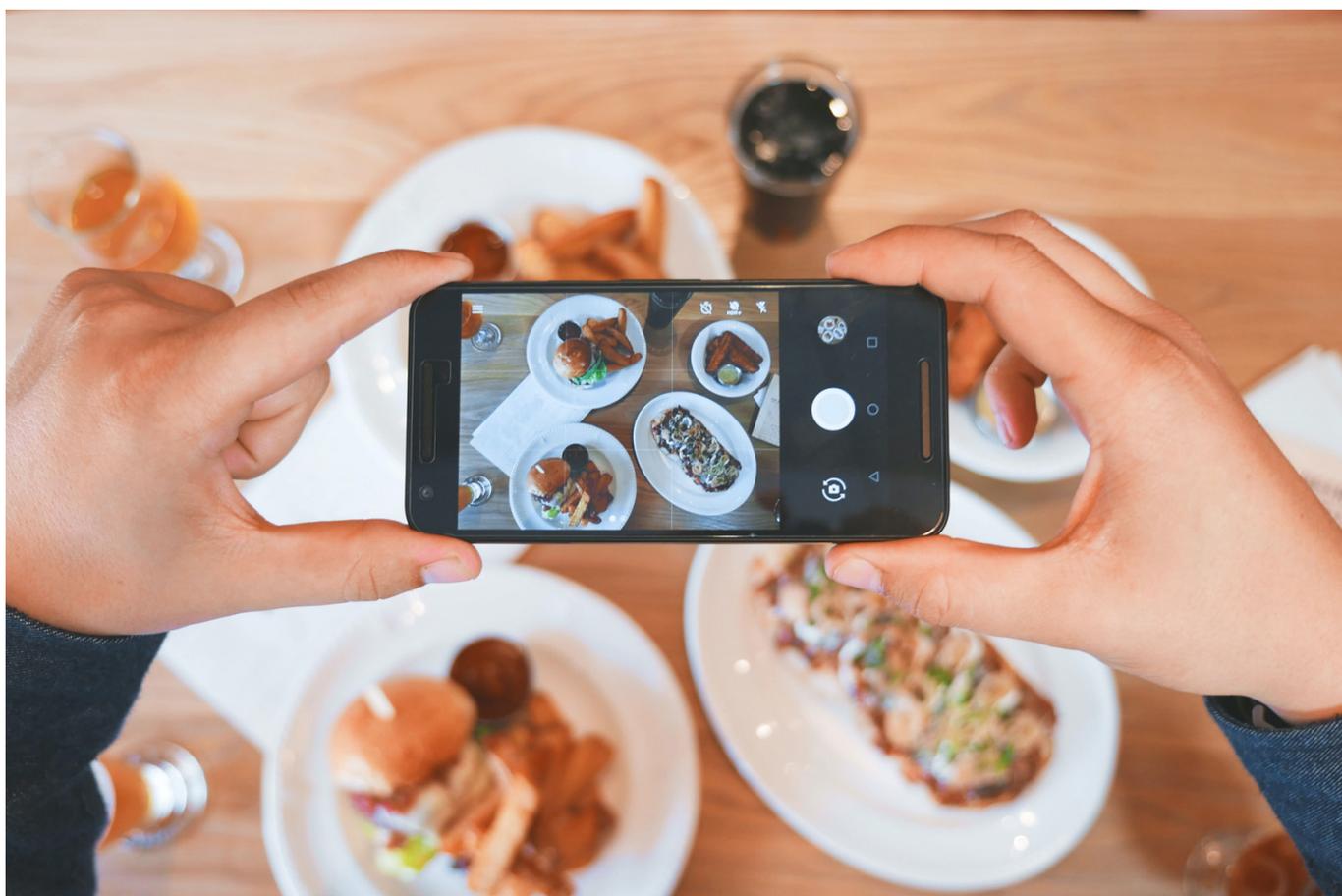


O trabalho dos influenciadores digitais gerou uma indústria de negócios multibilionária. Embora no início tenha se configurado por ações como enviar um pequeno presente para um influenciador de uma menção casual em seu próximo post.

Hoje em dia, o poder dos **influenciadores digitais** alcançou um patamar ainda maior. Nesse caso, é imprescindível que as empresas ajam em conformidade com as [regras e costumes exigidos pelas publicidades](#) realizadas por eles.

QUEM PODE SER CONSIDERADO(A) UM(A) INFLUENCIADOR(A)?



Em termos gerais, os influenciadores digitais são pessoas ou animais de estimação que exercem influência em outras pessoas por meio de plataformas digitais.

Além disso, o influenciador pode ser alguém com poder de afetar os hábitos de compra de

outras pessoas.

Ou seja, são indivíduos que criam conteúdo em plataformas de mídia social em busca de conquistar um grande público para promover, comercializar e anunciar produtos e serviços para seus fãs e seguidores.

Nesse sentido, um influenciador consiste em um indivíduo com o poder de afetar as decisões de compra de terceiros devido à sua posição, autoridade, fama, conhecimento, conhecimento e/ou a autêntica relação do indivíduo com seu público ou seguidores.

MARKETING DE INFLUENCIADORES

Dessa forma, o [marketing de influenciadores](#) modernos busca usar dessas figuras visto que elas são relacionáveis e podem explicar ao público do mercado como e por que eles incorporam um determinado produto em seu cotidiano.

Melhor dizendo, o marketing de influenciadores é uma forma de marketing onde um vendedor aproveita a popularidade e credibilidade de indivíduos específicos para **impulsionar a venda** de produtos específicos.

O objetivo dessa forma de marketing de influenciadores consiste em concentrar os esforços promocionais de produtos em grupos-alvo específicos, em vez de todo o mercado-alvo do produto.

12 TERMOS E CONDIÇÕES PARA INCLUIR NO SEU CONTRATO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS

Um contrato de influenciadores é um tipo mais novo de acordo que as empresas podem usar para promover seus produtos através das mídias sociais.

Entretanto, vale ressaltar que antes de realizar o contrato, a empresa deve avaliar se o conselho de ética da categoria profissional permite a contratação de influenciadores para divulgação.

Embora novo, ele compartilha muitas das características principais de um contrato de prestação de serviços.

Dessa forma, certifique-se de que essas 12 condições estejam incluídas no contrato:

- Deve ser um contrato escrito
 - Contrato por tempo determinado: data de começo e uma data final
 - Descrição do trabalho: exigência do uso de plataformas específicas, hashtag/tags, etc
 - Valor de pagamento e processo de pagamento
 - **Dever de indenizar** ou cláusula moral: certifique-se de que o influenciador reembolsará a agência ou marca de conduta ilícita se a agência ou marca for processada por causa das ações do influenciador
 - Direitos de propriedade intelectual e dos conteúdos postados
 - Direito de exclusividade
 - Cláusula de Confidencialidade: proteja termos e condições
 - Métricas: acompanhe-as para medir o ROI
 - Seguro de responsabilidade: exigir a compra do influenciador e manter o seguro de responsabilidade
 - Mediação/Arbitragem: estabeleça o processo de resolução de controvérsias
- Assinatura do contrato

Em conclusão, essas são as principais noções acerca do universo dos **influenciadores digitais**. [Continue acompanhando nosso blog e siga nosso Instagram para mais conteúdos.](#)