



## Crean la única herramienta capaz de convertir tu cuenta de Instagram en un CRM de tus seguidores más leales

- Analiza la fanbase y la segmenta para descubrir al target correcto y dirigirse a él
- Permite llevar a cabo acciones de CRM mediante la automatización del DM de Instagram

**Barcelona, 16 de mayo de 2018.-** Instagram acapara ya a más de 800 millones de usuarios activos al mes que pasan de media 32 minutos al día en la aplicación. Teniendo en cuenta el poder de influencia que esta herramienta está generando para las marcas, no es de extrañar que las mismas se lancen de cabeza a Instagram para captar clientes a través de influencers, un mercado que está creciendo a un ritmo del 49% anual. Pero muchas marcas no saben que entre sus seguidores pueden tener potenciales influencers con los que ganarse a futuros clientes. Antes este escenario, ¿cómo detectarlos y convertirlos en embajadores de marca?

Emprendedores del sector han creado [Neeuton](#), una herramienta que automatiza el proceso de creación de campañas con influencers ya seguidores de una marca en Instagram. Lo que hace la plataforma es analizar la fanbase y segmentarla por edad, género, localización, intereses y número de seguidores para tener así una visión completa de cada uno de ellos. La plataforma hace uso del Big Data y de la Image Recognition para los análisis. A su vez, Neeuton permite contactar con ellos mediante la automatización del DM de Instagram (con lo que se consigue rentabilizar este canal), crear acciones de CRM con los seguidores y colaborar con los más influyentes. Una vez iniciada la campaña, la herramienta proporciona los resultados de CRM, midiendo contactos y conversaciones entre seguidores, así como los resultados de la activación de los influencers: nº de participantes, alcance y engagement de cada uno de ellos.

“Neeuton es la única herramienta que te permite segmentar tus seguidores y activarlos a través de Instagram. Ya no serán simplemente followers, sino meta-followers”, **afirma Eduard Corral, CEO en Neeuton**. Corral insiste en que “es importante destacar los beneficios que la herramienta ofrece a la marca, desde el análisis para descubrir si se está hablando al target correcto, y a qué segmentos del público enfocarse, hasta la detección de seguidores potenciales por su comportamiento en la plataforma - por las marcas que han empezado a seguir en los últimos días -”.

Mediante Neeuton las marcas también podrán crear programas de loyalty como envíos de samplings, invitaciones a eventos, cupones descuento o encuestas de mercado entre sus seguidores, quienes ya no serán simples followers, sino celebridades que la marca puede haber pasado desapercibida, o fotógrafos, ilustradores y vídeo-makers que pueda necesitar en el presente, así como padres, dueños de mascotas o apasionados del motor a quienes dirigirse en sus próximas campañas.

**Acerca de – <https://www.neeuton.com/es>**

Neeuton se fundó en febrero de 2018 de la mano de Eduard Corral (CEO) y Dani Alcaraz (CFO). Es una plataforma B2B en formato SaaS (Software as a Service) para la gestión de campañas con embajadores de marca en Instagram. A través de un algoritmo de desarrollo propio se analiza la cuenta de Instagram de la marca y se detecta los potenciales embajadores que siguen a la marca. Permite automatizar campañas con marketing de influencers desde el primer contacto hasta el análisis de los resultados.

La plataforma se dirige especialmente a empresas de gran consumo de todo el mundo (moda, alimentación, turismo, automoción...) que cuenten con presencia en Instagram y que quieran aprovechar al máximo la base de datos de seguidores que tienen en la plataforma.