

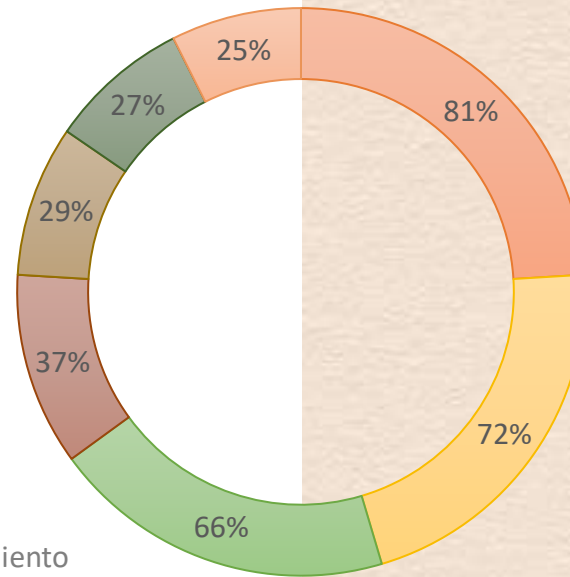


# EL USUARIO

El panorama de las redes sociales en España no deja de cambiar y de adaptarse lo que supone un verdadero desafío para las marcas.

*El 58,4% de la población mundial son usuarios de redes sociales*, lo que supone un total de 4,620 millones de personas.

Durante el último año, *los usuarios han crecido más del 10%* con 424 millones de nuevos adeptos durante el 2021.



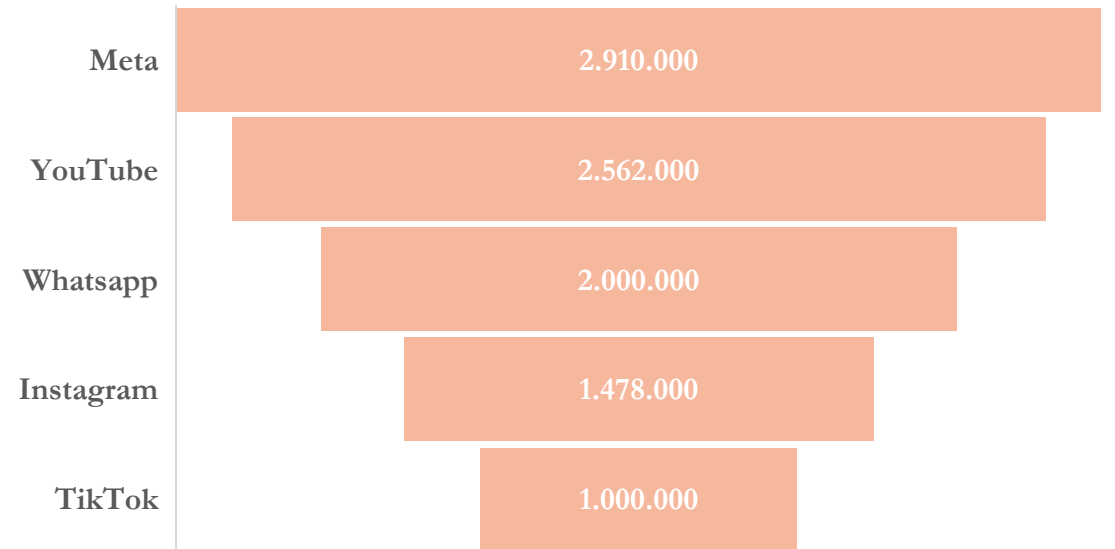
- entretenimiento
- interaccion
- informacion
- inspiracion
- seguir tendencias
- socializar
- seguir mercado profesional



# MAREMAGNUM



## *Usuarios en España*



Aunque Meta se mantenga al frente en el panorama mundial. El 58% de los usuarios se encuentran entre los 40 y 65 años, dejando ver que se ha convertido en una plataforma apreciada por la **generación “boomer”**.



# *EL ALMA DE LA FIESTA: TIKTOK*

Ser la app más descargada durante el 2021 no es causalidad.

A pesar de no contar con un número de usuarios tan elevado como Facebook o Youtube, **su dominio del panorama social es innegable**. Su influencia ha impactado en el resto de redes sociales. El mejor ejemplo lo tenemos en los **reels de Instagram**.

Los consumidores han clasificado los **anuncios de TikTok** como más inspiradores y agradables que los de otras plataformas.

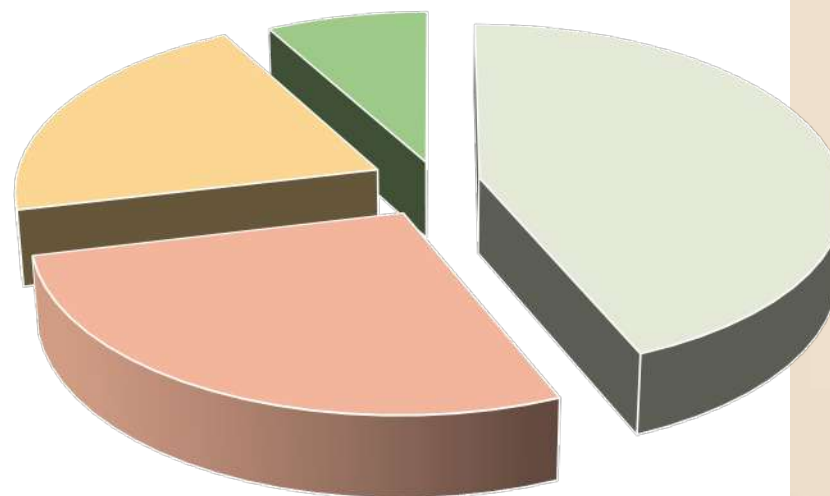
*“No hagas anuncios, haz TikToks”*

# TIKTOK, YA NO ES COSA DE NIÑOS

TikTok nació como una red social vinculada a una audiencia muy joven, algo que hizo que no fuese tomada muy en serio.

Sin embargo, actualmente el **24% de la comunidad tiene entre 25 y 34 años** algo que ha llamado la atención de las marcas convirtiendo a TikTok en una de las palancas estratégicas y de inversión principales.

Además, una de las ventajas es que **TikTok apuesta por la naturalidad en los contenidos**, por lo que no es necesario generar vídeos muy producidos.



■ 18-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 55



# VÍDEO

**Los vídeos cortos** están triunfando por su gran efectividad para saltar la barrera de la saturación publicitaria y transmitir eficazmente el mensaje de la marca.

**La mayoría de los usuarios cierra un vídeo después de tan solo 20 segundos**, por lo que tenemos muy poco tiempo para captar su atención.

**El 86% de las empresas utilizan la publicidad en vídeo como parte de su estrategia**, y el 80% del tráfico global de internet este año procederá de la descarga y el visionado de contenido audiovisual.

VALOR AÑADIDO

VIABLE PARA TODO TIPO DE EMPRESAS

POSICIONAMIENTO

FACILIDAD

CREDIBILIDAD

ATRAER TRAFICO



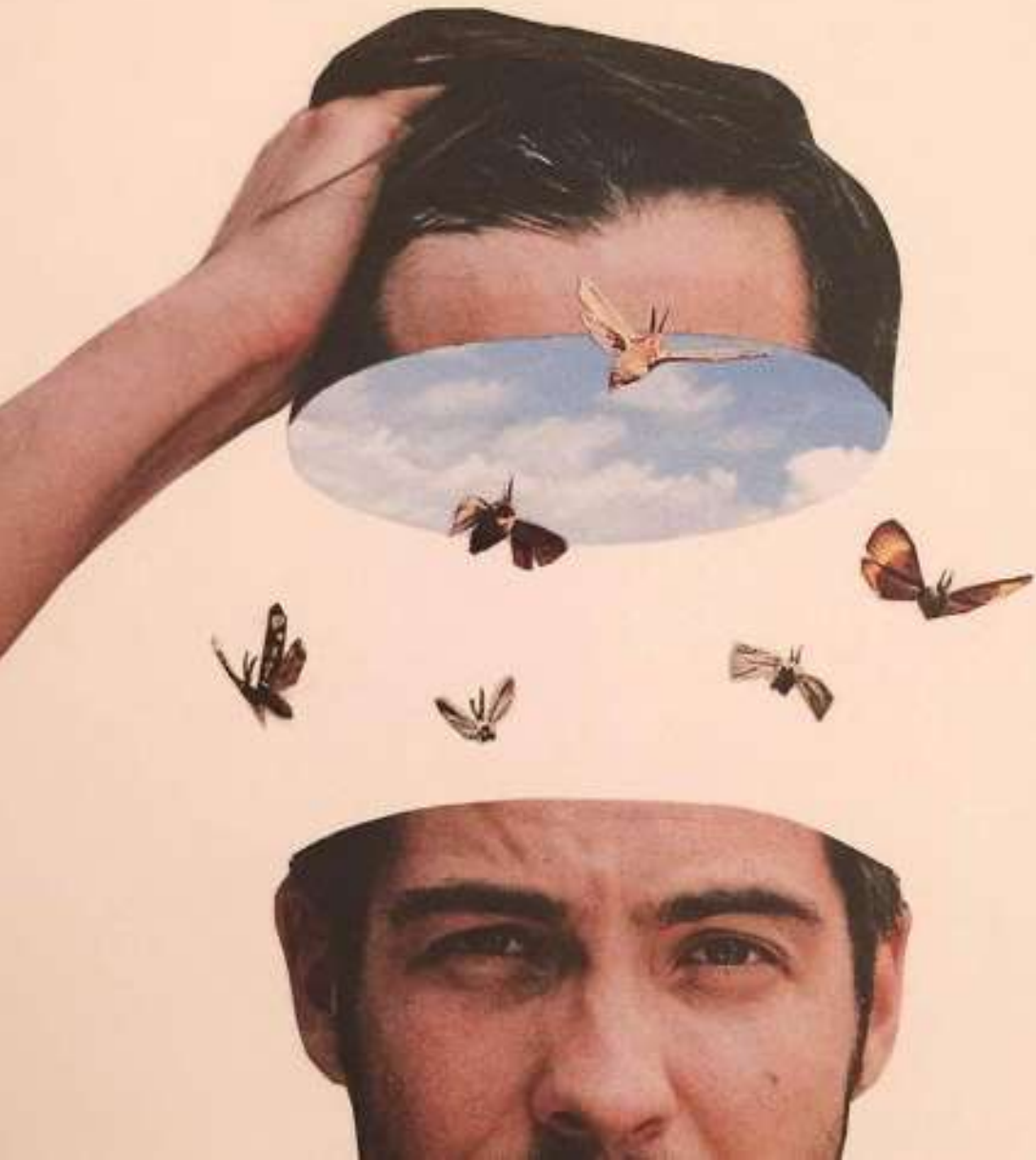
# *CUSTOMER SERVICE*

**La demanda de atención al cliente a través de las redes sociales ha aumentado.** Los consumidores han descubierto que el servicio prestado a través de las redes sociales es inmediato, cómodo y eficaz.

*La atención al cliente en las redes sociales aumenta la captación de clientes, crea conciencia de marca e impulsa nuevas compras y consultas sobre productos.*

**Una atención rápida, personalizada y completa.** En 2022 los contenidos quizás no tendrán tanto peso como el hecho de hacer sentir a los usuarios atendidos y con sus problemas solucionados.





# INVERSION-ES

Las marcas tendrán que trabajar duro para crear anuncios que reflejen y enriquezcan la experiencia única que ofrece cada red social.

*Nadie quiere que su experiencia social se vea interrumpida por aburridos anuncios de marcas.*

Para que tu estrategia de pago sea mas inteligente utiliza tu audiencia orgánica para ayudarte a saber a quien dirigirte con tus anuncios.

*Si aprovechas los puntos fuertes de lo orgánico y lo paid construirás una estrategia más holística y eficaz.*

Los anuncios en redes sociales son una de las principales formas en que 4.800 millones de usuarios de internet descubren nuevas marcas de productos y servicios.

*Las promociones es el contenido con el que mas se interactúa y que + trafico genera.*



# *LET'S SHOP! - LAS REDES SOCIALES EN EL CENTRO DE LA EXPERIENCIA DE COMPRA POSTPANDEMIA.*

Las redes sociales aspiran a retener a los usuarios el **mayor tiempo posible**, y que estos se sientan cómodos en ese entorno, hasta el punto de que ya incluso quieren hacer sus compras sin necesidad de ir a otra web.

*De repente el 84% de los consumidores compraba online.*

Si utilizas las redes sociales para vender, deberás ser lo más llamativo posible.

Según las estadísticas de Instagram, **el 70% de los amantes de las compras recurre a la plataforma para descubrir nuevos productos.**





# *INFLUENCERS* *creadores de contenido*

El marketing de *influencers* se ha convertido en una metodología dominante dentro de las estrategias del marketing.

**La mayoría de los consumidores confían en otros consumidores por encima de las marcas**, así que cerciérate de que el contenido generado por el usuario sea parte de tu plan.

**La marea en las redes sociales se aleja de los megainfluencers brillantes hacia comunidades mas pequeñas y auténticas.**

Si los miembros de la comunidad te ven como un socio activo que apoya a los creadores que admiran, es mas probable que confíen en que tu también tienes en cuenta sus intereses.

# METAVERSO



**El Metaverso es un mundo virtual**, al que nos conectaremos utilizando una serie de dispositivos que nos harán **pensar que realmente estamos dentro de él**, interactuando con todos sus elementos.

A día de hoy **el metaverso es un concepto, una idea, y un lienzo en blanco.**

Es **un concepto interesante y lleno de posibilidades de negocio para las empresas**, por lo que poco a poco iremos viendo cómo se le da forma.

Facebook espera que el metaverso pueda ofrecer tantas oportunidades como el mundo físico real, con **la posibilidad de crear nuestros propios negocios** en él.

# NOVEDADES



Instagram ya permite (al igual que TikTok) **fijar hasta 3 fotografías o vídeos** en el perfil.



Ya están disponibles los **subtítulos** en Instagram.



Reels aumenta el límite de grabación **hasta 90 segundos**  
**\*inspire vs explore**



Instagram permite etiquetar en el copy productos de la **shop**.



Instagram va a apostar por los **formatos verticales** en el feed.

# INSPIRE & EXPLORE

## 1. INSPIRE

Debemos despertar el interés y deseo del consumidor por nuestro producto.



### *CONTENIDO INSPIRADOR*

Contenido creativo de alta calidad donde **prima el storytelling del producto/marca.**

Los usuarios de 18 a 40 años destacan especialmente por el uso que hacen de las redes: **inspiración, información y seguir tendencias.**

**El contenido en esta primera fase deberá ser corto.** (entre 15 y 30 segundos).

## 2. EXPLORE

Proporcionar toda la información sobre el producto y sus beneficios.



### *CONTENIDO EDUCACIONAL*

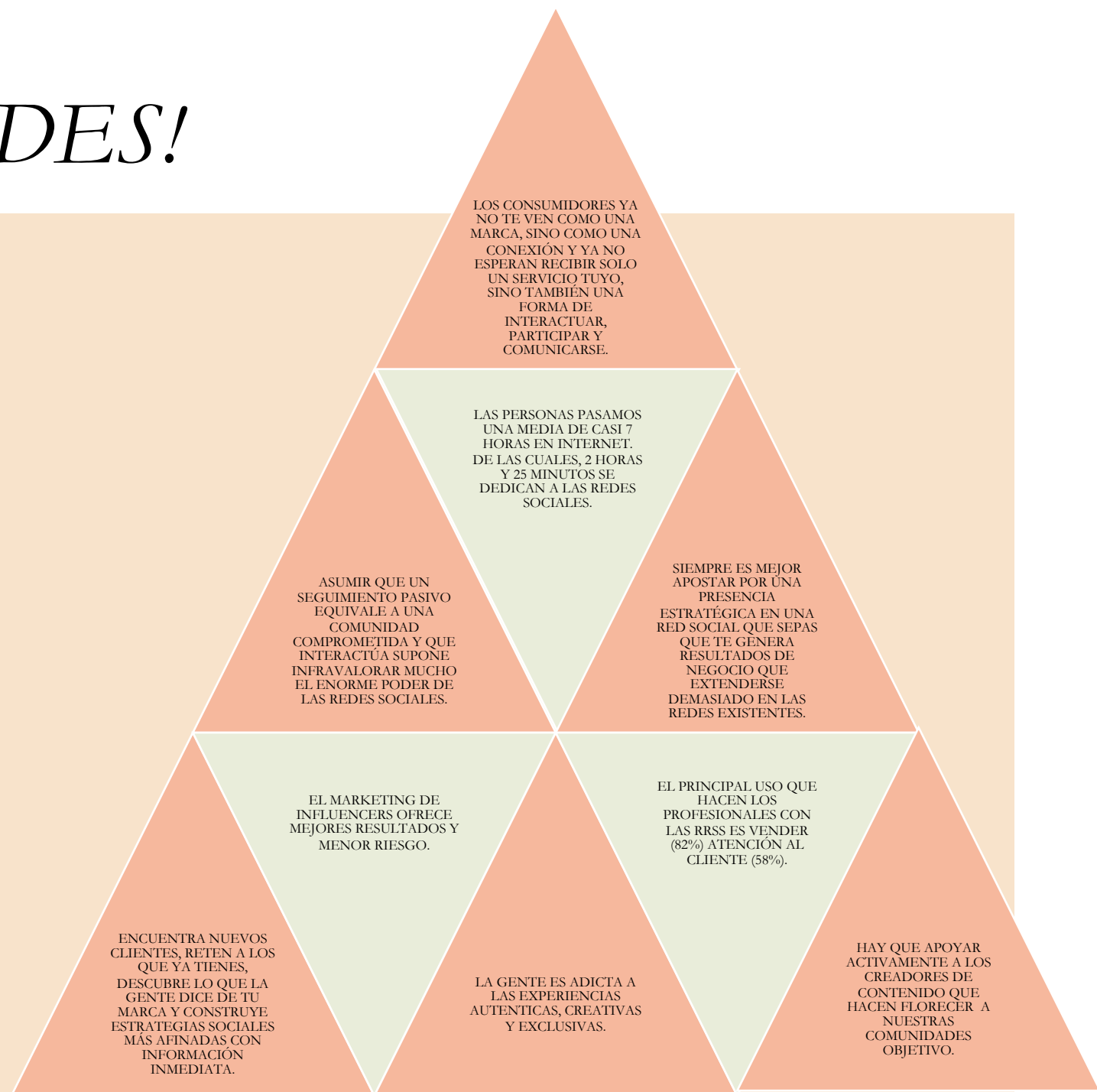
Donde se aprecie el producto, se hable de sus beneficios...

**El 49% de los expertos utiliza sus redes para dar respuestas a dudas.**

El contenido en esta segunda fase, debe ser más cualificado y extenso pudiendo llegar al minuto.

El objetivo es el de proporcionar la información **importante y relevante acerca del producto.**

# ¡NO LO OLVIDES!



# CONCLUSIONES



1. **TikTok** como cabeza de cartel de las redes sociales.
2. **El vídeo:** el formato estrella para la difusión de contenidos.
3. **Customer Service:** aumenta la captación del cliente.
4. **La publicidad** en redes sociales se incrementará durante el 2022.
5. **El marketing de influencia** alcanzará su madurez.
6. **La comercialización en las redes sociales** simplificará el viaje del cliente.
7. **Metaverso:** una ficción cada vez más real.
8. **Los consumidores** tienen voz.

