

## Noticias sobre TV Paga

### 5 Datos de Marketing sobre Branded Content

**Branded Content es un modelo de marketing emocional y único que utiliza los elementos de storytelling para comunicar el mensaje de una marca.**

07/08/2019



**Una de las preguntas que con mayor frecuencia se hacen las marcas para generar impacto es qué recursos utilizar para acercarse mejor a sus consumidores.**

**Branded Content** es un modelo de marketing emocional y único que utiliza los elementos de storytelling para comunicar el mensaje de una marca. Es una técnica diseñada para ayudar a los anunciantes a tocar los corazones de su público objetivo de una manera diferente y sumamente efectiva.

La efectividad del Branded Content depende tanto de su formato como del entorno en el que se visualiza. Esto tiene sentido, considerando nuestro comportamiento cotidiano. (¿Con qué frecuencia omites inmediatamente el anuncio que aparece antes de un video de YouTube?) Pero cuando se observa el efecto del Branded Content en la percepción a largo plazo, su poder es más evidente.

A continuación te presentamos 5 datos sobre Branded Content y su impacto en la publicidad.

#### 1. Branded Content aumenta la recordación de marca

En un estudio realizado por Nielsen para descubrir la efectividad del Branded Content, se analizaron las respuestas de los consumidores a más de 100 piezas utilizando este modelo.

El análisis dio como resultado 3 puntos claves:<sup>1</sup>

Branded Content genera mayor recordación e impacto de marca que los anuncios pre-roll

Los consumidores ven las marcas de manera más favorable cuando disfrutan la pieza de Branded Content

Tiene más impacto cuando se distribuye a través de un publisher

Branded Content aumenta la recordación de marca

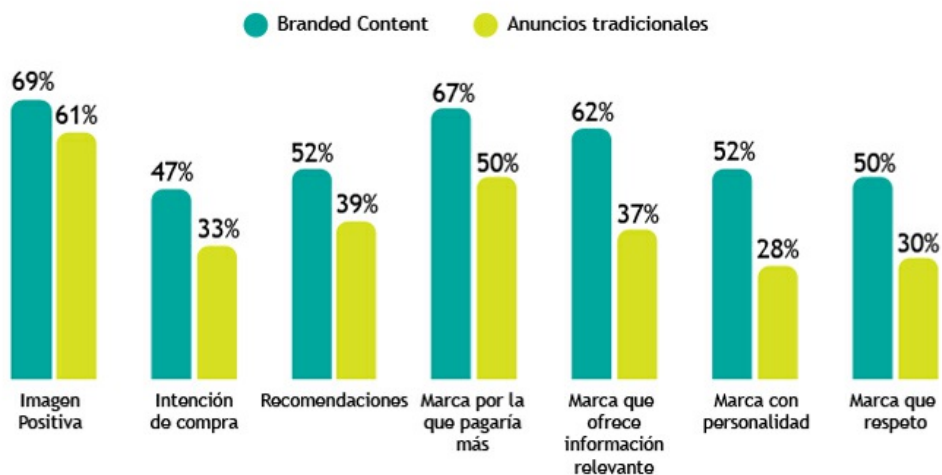
**Fuente 1:** Column Five Media - Branded Content Is Officially More Effective Than Pre-Roll Advertising 2016.

#### 2. A nivel global, el Branded Content es sumamente efectivo

Cuando se trata de Branded Content, los consumidores encuentran información interesante y, al mismo tiempo, perciben que la marca

que les acercó el contenido tiene una personalidad más clara.

Esos factores influyen para mejorar la intención de compra y los rasgos favorables de la marca en general. Y lo más concluyente: la publicidad es más efectiva cuando no se percibe estrictamente como publicidad.<sup>2</sup>



**Fuente 2:** IPG Media Lab Report, Deconstructing Branded Content.

### 3. Branded Content aumenta el engagement en los consumidores

Mientras más disfrutan algún contenido, los consumidores están más receptivos a los mensajes de un anunciante. Esto no significa que les guste más la marca; significa que están más dispuestos a involucrarse y a prestarle atención.

Branded Content es un punto de entrada para construir una relación con los consumidores, lo cual ocurre sólo si el contenido es disfrutado. ¿Qué contenido disfrutan más?<sup>3</sup>

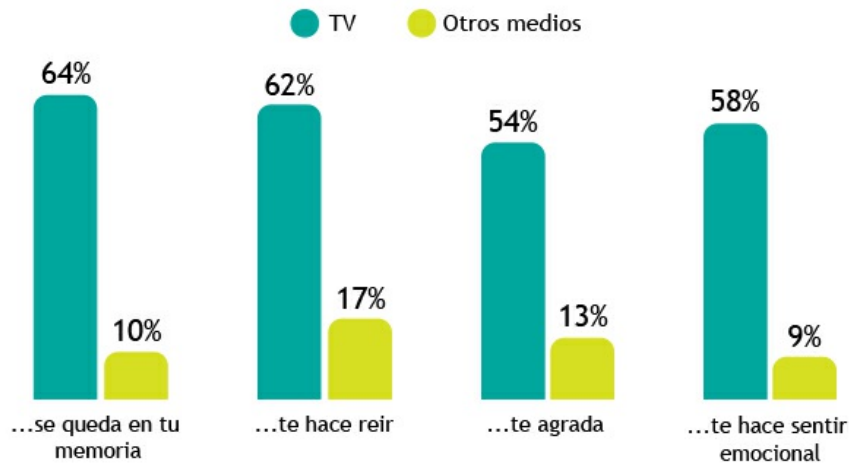


**Fuente 3:** Column Five Media - Branded Content Is Officially More Effective Than Pre-Roll Advertising 2016.

### 4. La TV Multipantalla crea un entorno favorable para las marcas donde pueden establecer una conexión personal con los espectadores

## "¿En qué lugares es más probable que encuentre publicidad que..."

(% de acuerdo)



Fuente 4: VAB 2018 Report - Be Still My Viewing Heart.

### 5. Algunos de los principales beneficios de una estrategia de Branded Content incluyen:



#### Mayor alcance de audiencia

Los consumidores de hoy en día son más propensos a ignorar un anuncio publicitario en internet o una pieza obvia de contenido promocional. Las personas simplemente no interactúan con contenido con el que no pueden identificarse a nivel emocional. Branded Content crea una historia emocionante para que la disfruten los consumidores y se les presenta a través de su canal preferido. El resultado es una mejor oportunidad de marketing "boca a boca" y promoción de la marca.

#### Mayor lealtad

Branded Content ofrece la oportunidad de conectar con nuevos consumidores. Además, ayuda a fortalecer la relación de una marca con los consumidores existentes. Gracias a los mensajes emotivos y significativos que se incluyen en el modelo de Branded Content, los anunciantes tienen la oportunidad de mostrar realmente a sus clientes su verdadera personalidad, mejorando la afinidad y asegurando el entorno para la lealtad.

#### Más autenticidad y confianza

Hoy en día, el contenido se ha convertido en una parte crítica de nuestra vida cotidiana. Lo usamos para todo, desde entretenimiento, hasta actualizaciones de noticias. Como consumidores, queremos tener la oportunidad de aprender más sobre marcas que son auténticas y confiables. Al mostrar a sus clientes que está dispuesto a ponerlos en primer lugar, en lugar de enfocarse exclusivamente en las ganancias, puede comenzar a desarrollar una mayor percepción de confianza.

Fuente 5: Fabrik- Here we are, now entertain us: The benefits of branded content, 2018.