



THE LANGUAGE of CONTENT

El último estudio de UM sobre las redes sociales como medio de comunicación social a nivel mundial y de la región (LATAM) demuestra que entender el poder de contenido como "bien social" (que las personas quiero compartir) es clave para crear poderosas estrategias sociales

LA HISTORIA DE WAVE



Hace 8 años UM inició un proyecto para medir la magnitud, el impacto de las redes sociales en todo el mundo y explorar los cambios que produce la tecnología en la comunicación. Hasta la fecha, hemos encuestado a +226.000 Usuarios Activos de Internet en 75 países (11 mercados de LATAM hacen parte de esta muestra).

La verdadera historia no sólo ha sido una de crecimiento, sino también de evolución. En unos pocos años, los medios de comunicación sociales han hecho de nosotros creadores de contenido, participantes del mismo y personas influyentes.



Para WAVE 8, encuestamos 50021 usuarios activos en Internet entre los 16 y 54 años de edad. Activos en internet por ser quienes determinan las plataformas y las herramientas que se convierten en tendencia, de LATAM se entrevistaron a 4902 personas. Esto representa un universo de 1,29 mil millones de usuarios activos de Internet en todo el mundo.



"El mensaje es claro: a menos que las marcas puedan comprender por qué los consumidores comparten contenido, una de las palabras favoritas hoy en el mundo del marketing nunca estará a la altura de las circunstancias"

MARIO MEJIA M.
Product Catalyst LATAM

THE LANGUAGE OF CONTENT

WAVE8 identifica el poder del contenido como un nuevo lenguaje "simplificado", señala una narcisista generación "selfie" y revela las verdaderas motivaciones de los consumidores por las cuales comparten contenido.

Demuestra que es esencial entender el poder del contenido como un 'social commodity' para poder crear estrategias más poderosas en social media.

A las marcas les ofrece una simple navegación basándose en tres insights principales:

- La manera de 'descifrar' el contenido debe ser personalizándolo para su audiencia. WAVE 8 indica que las motivaciones al momento de compartir varían ampliamente entre las diversas categorías, mercados y datos demográficos. Por lo tanto es tiempo de dejar atrás la idea de sólo crear algo 'divertido' o 'entretenido'.
- Hay una gran diferencia entre el contenido que los consumidores valoran, el contenido que genera gran cantidad de visitas en YouTube, y el tipo de contenido que ellos eligen compartir. En LATAM 16% de usuarios de internet considera que "algo que expresa su punto de vista" es un contenido valioso, pero 30% acuerdan que compartirían el mismo contenido con otras personas.
- Los consumidores se encuentran emocionalmente involucrados con el contenido. Compartir algo es una forma de expresión personal, generando una conexión ente el contenido y nuestra reputación online. Este fuerte lazo emocional repercute en las marcas.

'SMARTPHONE, en el CENTRO DE LA ESCENA!'

Por primera vez en los ocho años de análisis de WAVE, el smartphone ahora muestra ser el dispositivo con mayor penetración (84%). En LATAM este número es del 78%, pero en mercados como Chile este sube a 85%.

Así mismo observamos una gran atracción gravitacional hacia el smartphone como dispositivo por default al momento de crear y compartir contenido en la región, en especial cuando se trate de buscar entretenimiento (65%) o ser el primer punto de contacto para mantenerse actualizados (67%) e incluso ser usado como herramienta de georreferenciación (66%).

"Recibir una reacción positiva de los otros en cuanto a lo que decimos o hacemos pone felices al 68% de usuarios, y esto también se da al compartir contenido online. Las marcas que comprenden esto responderán ofreciendo a los consumidores un contenido que alimente sus ego y los ayude a alcanzar sus metas personales."



Estas ideas son sólo la punta del iceberg. WAVE8 contesta muchas más preguntas en torno al contenido y el impacto que tiene en las marcas.

Nos fijamos en todo, desde el crecimiento de los teléfonos inteligentes hasta las crecientes preocupaciones alrededor de la privacidad y el nuevo "Rol" del blogger para influenciar y generar de negocio.

Nos encantaría hablar con usted más acerca de WAVE, póngase en contacto con nosotros en wave@umww.com o a través de mario.mejia@umww.com y organizamos un taller o una reunión.