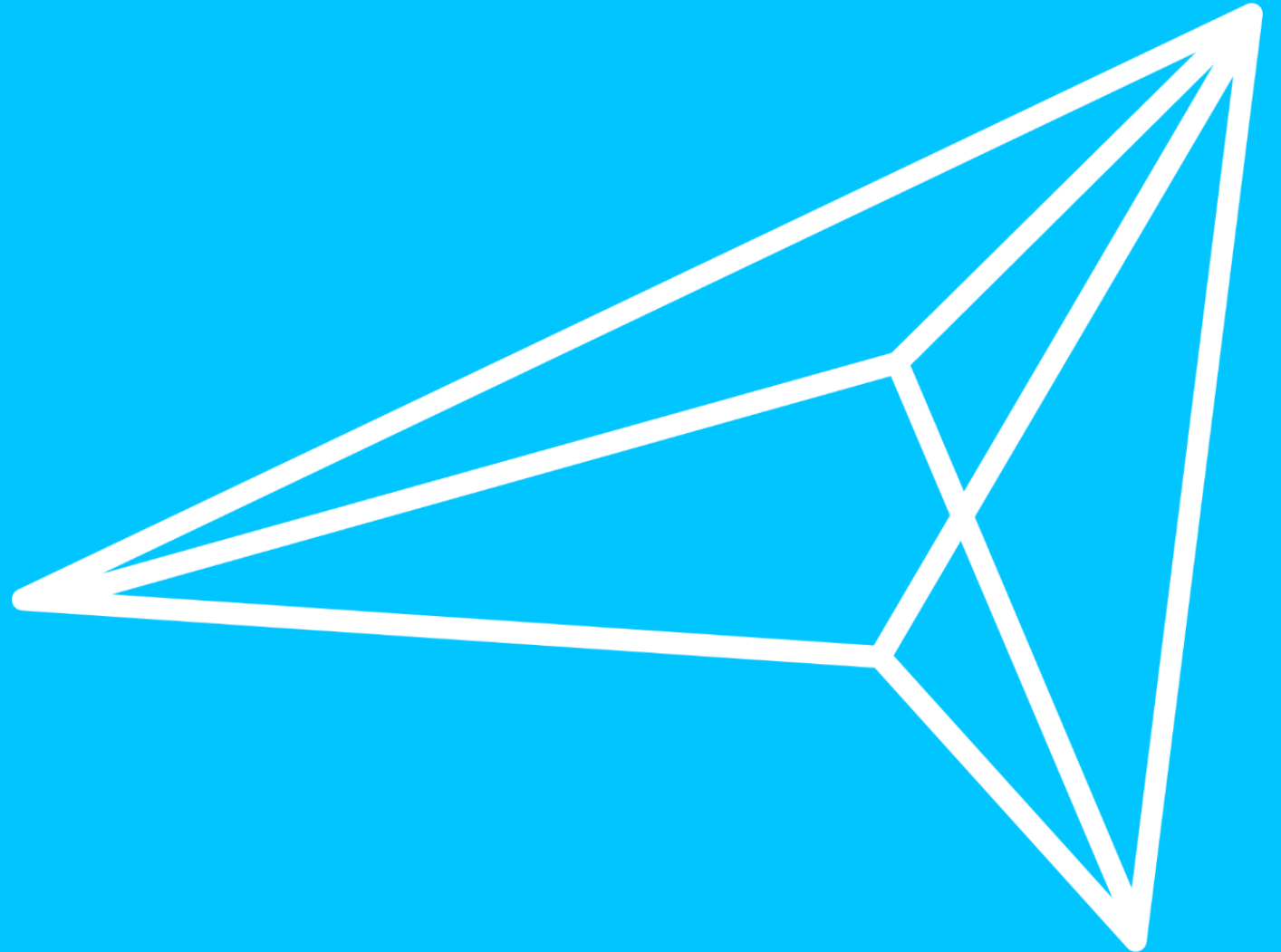


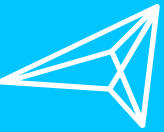
Mediabits Mayo 2017

N° 381



Reporte realizado por el departamento de Research de ZenithOptimedia Argentina.

¿CÓMO CONTAR UNA **SOCIAL STORY**?



Las *Social Stories* permiten que las marcas transmitan historias ricas y auténticas, dándole a sus seguidores un vistazo a su lado humano, aumentando su alcance y compromiso. **¿Cómo pueden hacer las marcas el mejor uso de las *Stories*?**

Snapchat, la red social popular entre la generación Z, fue la primera en lanzar esta característica (2013) y en volverla popular. Luego le siguieron Instagram y Facebook (agosto 2016).

LA OPORTUNIDAD PARA LAS MARCAS

Las marcas se volvieron muy activas con las *Stories* de Snapchat, aprovechando los 6 billones de visualizaciones mundiales de video que vienen diariamente desde dispositivos móviles en esta red social. También han utilizado el servicio de *Instagram Stories*, que les permite, gracias a su cambio en el algoritmo, poder ser vistas orgánicamente sin perderse en el *newsfeed*.

Las *Stories* se volvieron una manera excelente para las marcas de aumentar su *engagement* a través de sus canales de Snapchat e Instagram. **El *engagement* que se obtiene de estos videos es casi el doble que a través de un posteo regular.**

PRINCIPALES TACTICAS DE LAS MARCAS USANDO “STORIES”

1

OFRECER UNA VISTA “DETRÁS DE ESCENA” DE LA MARCA

Dándole a la audiencia acceso a una visión real de la marca así como contenido exclusivo y experiencias.

2

APROVECHAR LA HISTORIA DE OTRO

Contribuyendo con un giro propio a la historia de otra marca (*co-branding*) o usando el canal de un influencer u otra marca para traccionar nueva audiencia a su canal.

3

OFRECER DESCUENTOS, CUPONES DURANTE 24 HORAS A LOS *VIEWERS*.

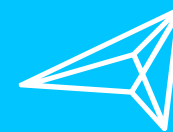
Excelente forma de lograr alto *engagement* con los seguidores y conducir directamente a ventas. Proporcionando códigos para acceder al descuento permite poder seguir fácilmente el ROI de las *Stories*.

4

ANUNCIAR ACTIVIDADES EN SUS OTROS CANALES

Una buena manera de promover actividades que sucedan en otros canales propios, actuando como un controlador de tráfico orgánico y fortaleciendo el ecosistema del contenido.

Usuarios de Snapchat en argentina y usuarios de *Snapchat Story*



Base total usuarios Internet

21%

Visitaron Snapchat
último mes

15%

Participaron/
contribuyeron
activamente

6%

Crearon o vieron
una Story

5%

Vieron una
Live Story

3%

Contribuyeron o
Vieron una Live
Story

Base usuarios 16-20 años

34%

Visitaron Snapchat
último mes

23%

Participaron/
contribuyeron
activamente

18%

Crearon o vieron
una Story

18%

Vieron una
Live Story

11%

Contribuyeron o
Vieron una Live
Story

Base usuarios 21-35 años

21%

Visitaron Snapchat
último mes

15%

Participaron/
contribuyeron
activamente

6%

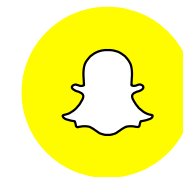
Crearon o vieron
una Story

5%

Vieron una
Live Story

3%

Contribuyeron o
Vieron una Live
Story



La principal característica de Snapchat es que permite enviar fotos o videos “**efímeros**”, es decir que la persona que la recibe puede ver pero no se almacena, sino que se “auto-destruye”.

Las **Stories** permanecen en la red social **24 horas** antes de desaparecer.

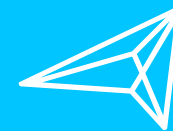
En comparación con Facebook e Instagram, cuenta con menos adeptos en argentina, **un 21% de los usuarios de internet accedieron en el último mes.**

Sin embargo es la red social con **más porcentaje de miembros** que pertenecen a la **Generación Z (16-20 años).**

Fuente: GWI. Usuarios de internet de argentina (Waves: Q1 2016, Q2 2016, Q4 2016, Q3 2016, Q1 2017)

1. ¿Cuál de los siguientes sitios/aplicaciones visitaste o usaste en el último mes?
2. ¿En cuál de los siguientes servicios participaste o contribuiste de manera activa en el último mes?
3. Cuando usas Snapchat, ¿Cuál de las siguientes actividades realizaste en el último mes?. Opción: creo o vio una Story; Vio una Live Story (since Q3 2016); contribuyo o vio una Live Story (to Q2 2016).

Usuarios de Facebook en argentina y usuarios de *Facebook Live*



Base total usuarios Internet

93%

Visitaron Facebook
último mes

41%

Participaron/
contribuyeron
activamente

12%

Vieron
Facebook Live

Base usuarios 16-20 años

89%

Visitaron Facebook
último mes

43%

Participaron/
contribuyeron
activamente

13%

Vieron
Facebook Live

Base usuarios 21-35 años

94%

Visitaron Facebook
último mes

40%

Participaron/
contribuyeron
activamente

14%

Vieron
Facebook Live



Facebook es la red social que lidera en cantidad de usuarios en argentina: **el 93% de los usuarios de internet visitaron la red social durante el último mes.**

La adhesión es aún mayor entre los de **21-35 años**. De ellos, el **14% vieron Facebook Live en el último mes.**

Los usuarios de 16-20 años, miembros de la Generación Z son los más activos.

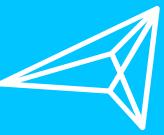
Fuente: GWI. Usuarios de internet de argentina (Waves: Q1 2016, Q2 2016, Q4 2016, Q3 2016, Q1 2017)

1. ¿Cuál de los siguientes sitios/aplicaciones visitaste o usaste en el último mes?

2. ¿En cuál de los siguientes servicios participaste o contribuiste de manera activa en el último mes?

3. Cuando usas Facebook, ¿Cuál de las siguientes actividades realizaste en el último mes?. Opción: vio algo en Facebook Live (desde Q3 2016),

Usuarios de Instagram en argentina y usuarios de *Instagram Story*



Base total usuarios Internet

51%

Visitaron Instagram
último mes

24%

Participaron/
contribuyeron
activamente

17%

Crearon o vieron
una Story

Base usuarios 16-20 años

70%

Visitaron Instagram
último mes

35%

Participaron/
contribuyeron
activamente

46%

Crearon o vieron
una Story

Base usuarios 21-35 años

58%

Visitaron Instagram
último mes

26%

Participaron/
contribuyeron
activamente

18%

Crearon o vieron
una Story



Instagram es la segunda red social en usuarios de argentina con el **51% de alcance** entre los usuarios de internet. Esta red social **es mucho más popular entre los más jóvenes**, con el 70% de usuarios en el ultimo mes. La funcionalidad “Story” también es mas popular que en Facebook. ¡Casi la mitad de los usuarios de Instagram que pertenecen a la Generación Z crearon o vieron una Story en el ultimo mes!

Fuente: GWI. Usuarios de internet de argentina (Waves: Q1 2016, Q2 2016, Q4 2016, Q3 2016, Q1 2017)

1. ¿Cuál de los siguientes sitios/aplicaciones visitaste o usaste en el último mes?
2. ¿En cuál de los siguientes servicios participaste o contribuiste de manera activa en el último mes?
3. Cuando usas Instagram, ¿Cuál de las siguientes actividades realizaste en el ultimo mes?. Opción: creo o vio una Story,