

## ¿Qué es y cómo utilizar el Branded Content para tus estrategias de marketing?

14/01/2022



En este artículo hablaremos sobre el Branded Content, una herramienta que no puede faltar en una estrategia de marketing.

El Branded Content es una estrategia de publicidad que tiene características definidas. El objetivo es crear contenido de calidad que vaya dirigido a los valores de tus clientes mediante una historia para potenciar significativamente el valor de marca.

El fin de contar una buena historia es lograr conectar con los sentimientos y generar identificación con los usuarios de la marca. La mayoría de las veces esta historia se genera a través de contenido audiovisual, que pueden ser animaciones, o filmaciones con personas reales. Pero también se puede realizar en otros formatos, como, por ejemplo, fotografías o podcasts.

### Características del Branded Content

- Promoción accesoria. Es una historia o varias historias que buscan conectar con el cliente
- Creatividad de marca: Es la marca la que produce y crea este contenido
- Exclusividad: El contenido creado es exclusivo de la marca.
- Cohesión: En la historia se integran todos los elementos de la marca más la narrativa que se escoja.

### Ventajas del Branded Content

- Publicidad inteligente

Como ya mencionamos anteriormente, este tipo de publicidad no intrusiva conecta con las emociones y gustos del cliente. Es por ello que en este tipo de pautas el usuario decide quedarse consumiendo, logrando de esta forma que su experiencia sea excelente, sin publicidades, ni banners, ni call to action que lo interrumpan agresivamente.

La atracción hacia tu tienda y tu marca se genera de forma natural.

- Bola de nieve

Con este tipo de estrategia logras el tan deseado efecto bola de nieve. Ya que puedes contar la historia en diferentes formatos, y crear piezas gráficas refiriéndote a la misma para utilizar en todas tus redes sociales. Este tipo de contenido sienta muy bien en redes sociales, puedes aprovechar para expandirlo.

- Engagement y fidelización

El consumo que se busca con el Branded Content es de tipo activo, el usuario participa de este tipo de contenidos. De esta forma la conexión cliente-marca aumenta potenciando las posibilidades de

compra y su repetición.

- Mayor registros y leads

Tan pronto como la apliques podrás ver que el tráfico en tu tienda es mayor, así como también sus registros y leads.

Utilizando esta estrategia para la creación de una buena campaña tu marca escalará posicionamiento y notoriedad.

*Nota:*

Recuerda que el Branded Content no está enfocado en los productos que ofrece la marca. Si bien pueden aparecer como estrategia de marca, la historia posee y se enfoca en otros protagonistas.

No es invasivo. El usuario decide ver este tipo de video de forma voluntaria y natural por su atracción e identificación con el mismo. No estás vendiendo directamente tus productos o servicios.

Esperamos que este artículo te haya sido de utilidad.

¡Te deseamos éxitos y buenas ventas!