



★★★★★ Vivimos una época extraña, las técnicas publicitarias aprendidas a lo largo de los años ya no convencen a los jóvenes de hoy. ¿Y ahora qué hacemos? 5 (100%) 2 votes  
¿El mundo de la publicidad se ha vuelto más difícil, o al contrario, se ha abierto a un mundo de posibilidades? Como *Millennial* que soy, mi respuesta está clara: Somos adictos a los contenidos, pero preferimos que sean espontáneos.

Desde el inicio de las redes sociales lo que nos motivaba a seguir a una marca era conocer esa cara más social, pero ahora... ¡Ahora queremos más! Queremos saber que está pasando en su día a día ¿Tienes un nuevo producto? Enséñame a prepararlo. ¿Estás en un nuevo *shooting*? Muéstrame el *behind the scenes*. ¿Abres una tienda en un lugar nuevo? Llévame contigo y permíteme vivir la experiencia a través de tus ojos.

PUBLICIDAD



Buscamos conexión, una **conexión que va mucho más allá de imágenes bonitas y copys gratuitos**. Queremos que formes parte de nuestra rutina. Sabemos que el contenido del muro comunica tu imagen de marca, sin embargo **con los contenidos efímeros compartes experiencias**, y adivina que... ¡Estamos ávidos por vivir nuevas experiencias!

¡Síguenos en redes sociales!

f 21,914 Fans ME GUSTA

G+ 321 Seguidores SEGUIR

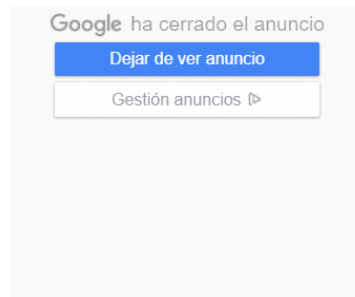
26,272 Seguidores SEGUIR

▶ 28 suscriptores SUSCRIBIRSE

 Hilton Innsbruck ★★★★★ Ver Oferta	 Hotel Innsbruck ★★★★★ Ver Oferta
 Hotel Tyrolis ★★★★★ Ver Oferta	 Hotel Mondschein ★★★★★ desde 99€ 147€ Ver Oferta

Llegará el día en el que se crearán series cuyos capítulos desaparecerán en 24 horas, llegará también la realidad virtual a Instagram Stories, y es que el contenido efímero ha venido para quedarse. Podemos agradecer a **Snapchat**, esa red social que marcó un antes y un después en el consumo de contenidos: **arraigó el consumo de vídeo en vertical, introdujo las historias fugaces, pero sobre todo, nos mostró una nueva manera de compartir contenidos.**

Si, la app del fantasma que caló en los más jóvenes tenía una clara visión de lo que querían consumir las futuras generaciones, acertando sobretodo en el formato, tal fue el poder de sus 154 millones de usuarios activos al día, que a Mark Zuckerberg no le quedó otra que copiar a la app amarilla y añadir la funcionalidad a Instagram.



Tal es la magnitud de los contenidos efímeros que **desde que Instagram Stories se añadió como funcionalidad, el crecimiento de usuarios activos se disparó, superando a Snapchat en tan solo seis meses.** Actualmente, Instagram Stories ya cuenta con 250 millones de usuarios activos al día y sigue



### El estilo efímero

Los jóvenes estamos hambrientos por consumir más contenido efímero, y las marcas que sepan aprovecharse de esto tendrán la oportunidad de formar parte de nuestra rutina diaria, pero sobretodo, crearán una comunidad fiel dispuesta a pasar a la acción cuando sea requerido. ¿Acaso este no es el sueño de todos los estrategas de *marketing* del mundo? Lo efímero da una oportunidad de conexión única con el usuario, **si antes soñabas con volverte una Lovemark, nunca antes habías tenido el terreno más fácil.**

Sin embargo, no logro entender porque algunas marcas son tan fanáticas de la perfección, si lo que buscamos son contenidos en directo, crudos, cortos. Los usuarios no queremos encontrarnos con historias que muestren a una marca perfecta, **es el momento de olvidarse de las súper producciones y los modelos perfectas.** Cuando accedes al apartado de *Stories* quieres encontrar una marca que te muestre su realidad, que sea transparente.


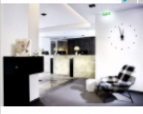


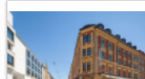
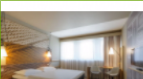
¡Síguenos en redes sociales!

f 21,914 Fans ME GUSTA

G+ 321 Seguidores SEGUIR

26,272 Seguidores SEGUIR

28 suscriptores SUSCRIBIRTE

 Hilton Innsbruck ★★★★★ Ver Oferta	 Hotel Innsbruck ★★★★★ Ver Oferta
 Hotel Tyrolis ★★★★★ Ver Oferta	 Hotel Mondschein ★★★★★ Ver Oferta
	

¡Síguenos en redes sociales!

f 21,914 Fans ME GUSTA

G+ 321 Seguidores SEGUIR

26,272 Seguidores SEGUIR

28 suscriptores SUSCRIBIRTE

 desde 97€ - 104€ Hilton Innsbruck ★★★★★ Ver Oferta	 Hotel Innsbruck ★★★★★ Ver Oferta
 Hotel Tyrolis ★★★★★ Ver Oferta	 Hotel Mondschein ★★★★★ Ver Oferta
 Hotel Central ★★★★★	 ibis Innsbruck ★★★★★

**Cuando un usuario conecta contigo en Historias es porque quiere que le muestres tu rutina, que le permitas ser parte de tu realidad, que lo introduzcas en tu día a día.**

El grave error de las marcas es pensar que Instagram Stories es igual que generar contenidos para el muro pero con el guiño de los formatos *boomerang* o *rewind*... **La riqueza de lo efímero reside en la no búsqueda de la perfección**, demostrar la realidad de lo que se está viviendo en ese instante debe ser su objetivo. No necesitan tener una gran calidad -a diferencia de los contenidos del muro- se aceptan recursos audiovisuales no tan cuidados, pero que a cambio nos den el poder de ver más allá de lo corporativo.



Las marcas deben superar su afición de hablar de sí mismas y deben dar paso a las personas que interactúan con ella para que nos cuenten su historia, para ello deben crear medios facilitadores para que trabajadores, clientes y demás *stakeholders* tengan *empowerment* para producir contenido de marca.

**Instagram Stories debe estar compuesto por contenidos inmediatos que demuestren que está pasando en el momento exacto.**

## Stories, generadoras de rutinas

El crear historias interesantes para el usuario de manera recurrente permite que estos establezcan una rutina. Así, todos los días al entrar en Instagram buscas en los iconos de *Stories* a esas marcas que sabes que crean buen contenido, quieres ver qué hay de nuevo, tienes la expectativa de escucharlos, pues sabes que no solo buscan vender, quieren conectar contigo, y tú te dejas enamorar, a sabiendas que cuando realmente quieran dirigirte a un nuevo producto o un nuevo video de Youtube, te lo dirán y probablemente -según la conexión que hayas establecido previamente- vayas. ¿Sabes por qué pasa esto? Porque **como marca has generado una conexión con ellos, y tu comunidad ya no solo son seres ajenos que dan likes a tus fotos, ahora son parte de tu vida** gracias a que tú les permites serlo mediante tus contenidos efímeros.

¿Cuál es el secreto para generar esto? Lo puedo resumir en una frase: **Construye un hábito, mantén la atención de tus seguidores y luego guíalos a dónde necesites.**

Por último, las marcas no pueden perderse el alcance que brinda Instagram Stories, **los contenidos efímeros juegan con la ansiedad que nos genera el miedo de perdernos algo**, o dicho en otras palabras, **FOMO** (Fear of Missing Out). Y es que este es un rasgo humano que no podemos evitar, la curiosidad nos puede y el miedo a la exclusión también. Si generas historias interesantes a lo largo del tiempo, te aseguro que nunca nos vamos a perder una de tus historias.

El contenido efímero abre un abanico de posibilidades para las marcas, ahora depende de ti aprovecharlas. Pero como el *Marketing* no es nada sin inspiración, os dejo algunas de las **marcas que según mi humilde opinión, lo están haciendo genial en Instagram Stories:**

[Mind Body Green](#) (Por sus Instagram *Takeovers*)

[Michael Kors](#) (Por contar historias desde su perspectiva en los eventos)

[Inayah](#) (Por los *sneak peeks* de sus backstages y shootings)

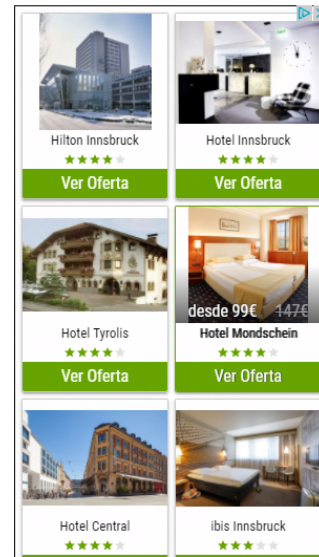
[Yoga Beyond](#) (Por compartir todos sus momentos con total naturalidad)

[Everlane](#) (Por mostrar con total transparencia los procesos de su empresa)

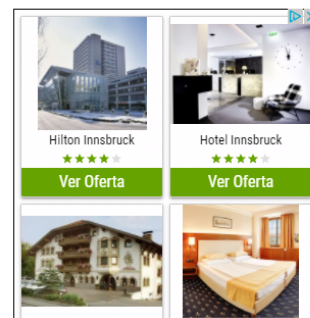
Si te gustó el artículo ¡Compártelo!



¡Síguenos en redes sociales!



¡Síguenos en redes sociales!



28 suscriptores SUSCRIBIRTE

