



Una encuesta electoral en función del vaso de café que elijas.
Anunciante: 7Eleven
7-election.com



Mide tu aura...
Agencia: El hombre
con dos cerebros
Anunciante: El hombre
con dos cerebros
iglesiadelacerebrologia.com



Brandideas

Y tú, ¿de quién eres?



No eres nadie. Si no estás en ellas, es como si no existieras. Además, no se te ocurre decir que no las conoces de nada, porque al cabo de minuto y medio serás el hazmerreir de medio planeta.

Hay que pertenecer. Y no sólo a una. A cuantas más, mucho mejor. De hecho, hay personas que no son capaces de conciliar el sueño hasta que no conocen de la existencia de una nueva. Entonces, con la tranquilidad de saberse el más moderno de internet, enfilan el registro en busca de nuevas emociones para venirse abajo en cuanto entran y ven a los mismos de siempre comentando así lo de siempre.

Es la nueva forma de estar conectados. La excusa de comunicación total. ¿De verdad existe una persona que no pertenezca a ninguna red social? Si hasta el mismísimo Obama parece en sí una aplicación más de Facebook.

Seis de cada diez internautas están en alguna de ellas, pero la cifra aumenta cada día de forma vertiginosa. Ya no hay un día en el que un amigo tuyo no te invite a formar parte de una nueva red social. Un nuevo mundo donde impera el buen rollo y todos somos colegas. Hasta en aquellas ocasiones en las que te ves en la obligación de agregar como amigo a tu vecino del piso de abajo, ese al que no has saludado en tu vida. Pero, amigo, ya te he dicho que esto es otro mundo. Además, eres consciente de que rechazar su invitación sería lo peor que empujarle escaleras abajo todas las mañanas.

Otra más. Todos pudimos leer el otro día una entrevista a Sofía, nueva record-woman de una especialidad que en breve podría ser olímpica. Esta chica, o mejor dicho su "yo virtual", tiene el privilegio de tener el perfil con más contactos de una de las redes sociales más famosas. ¿Tiene casi 130.000 amigos?! Enhorabuena. Y de paso que se pague la primera ronda...

Las redes sociales son el arma perfecta para co-

nocer a personas. Todos las utilizamos, a pesar de que la mayoría todavía se está preguntando para qué. Bueno, casi todos. Los *headhunters* escudriñan como sabuesos tus perfiles en las diferentes redes sociales en busca de una foto que haga pedazos tu magnífico currículum, cuatro masters incluido.

Y en este planeta de buen rollo, ¿dónde están las marcas?

Algunas ya han entrado en el juego, explorando el panorama. Dicen que para 2011, el 80% de los internautas estarán en redes sociales. Además, la tendencia apunta a las locales como las redes sociales que más influirán en un futuro no muy lejano.

Los usuarios confían mucho más en amigos conectados que en cualquier marca, y como alguien les ha dicho que con todo esto de las 2.0 tienen el poder, hasta montan rebeliones cuando manchan de publicidad ese espacio que consideran tan suyo.

Ya ha pasado el momento de hacer cosas en este tipo de herramientas por "estar a la última" y "asociar tu marca a valores modernos". Ahora, que ya conocen el brutal cambio en las decisiones de compra de los consumidores y el valor de las opiniones que se vierten en estos sitios, las marcas tienen el reto de valorar primero en cuál de ellas pueden mostrar mejor sus mensajes y, posteriormente, entrar sin molestar, no vaya a ser que alguien se enfade... El mérito será de aquellas que sepan hacerlo de forma natural, sin que se note... cariño.

A ver quién dice ahora que las cosas no han cambiado.

Por cierto, y tú, ¿de quién eres... de todas, supongo. Como todos.

Fernando Sánchez Luque,
director de comunicación de Betty Bite