

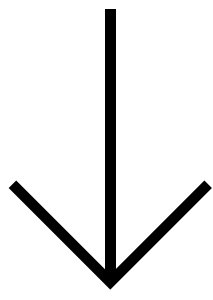
Socialmood

Reflexiones que Rest In PDF.



RIPorts. Reflexiones que Rest In PDF.

RIPorts. Reflexiones que Rest In PDF.



RIPorts. Reflexiones que Rest In PDF.

Palabras difuntas.
Información inútil.

Un documento sobre
cosas que ya han
pasado.

Un análisis sobre
cosas que ya han
ocurrido y que no
determinan lo que
va a ocurrir.

Lee y
Descansa
en Paz 🧠

5 MINS DE LECTURA

y toda una vida por delante.

v2

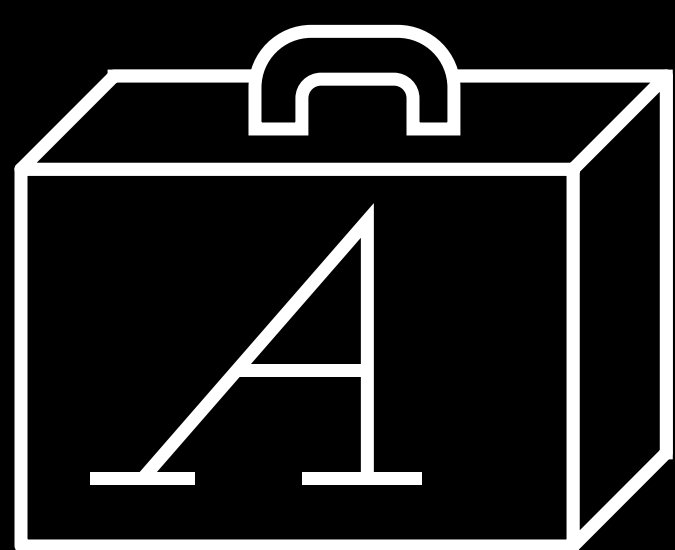
Trends

are

dead

En el anterior RIPort:

RIPort 002 Trends are Dead V1



Definiciones:
Tendencias

×

↗

TENDENCIAS GLOBALES:

La interpretación que damos de hacia dónde el mundo parece moverse.

I

×

↗

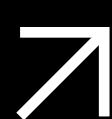
TENDENCIAS EN REDES SOCIALES:

Una idea, un tema o una táctica popular en el momento.

↘

En el anterior RIPort:

RIPort 002 Trends are Dead V1



Unas son largoplacistas y otras cortoplacistas.

Unas son estratégicas y otras tácticas.

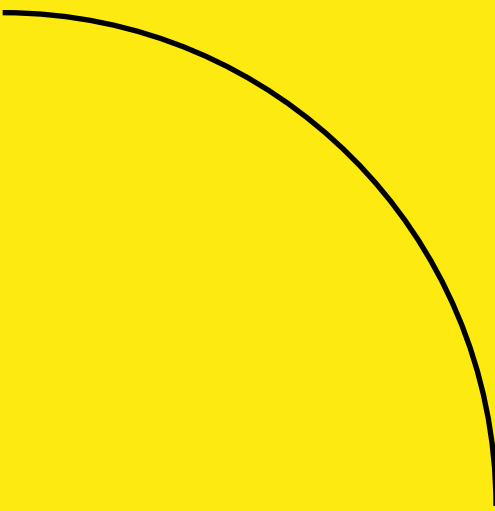
Unas parecen destinadas a dejar huella, y las otras, bueno.

Dos definiciones, que pudiendo ser lo mismo, nada tienen que ver.

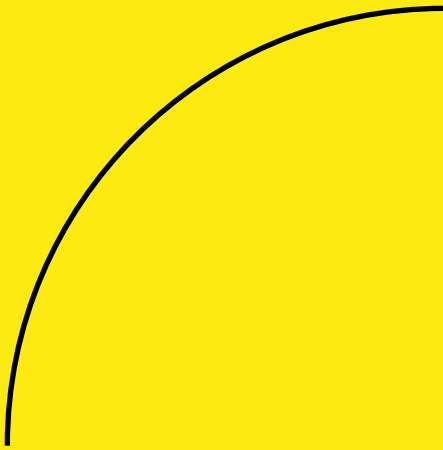
O no.



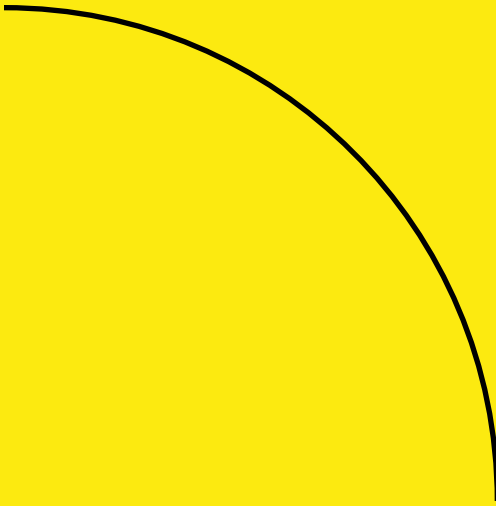
Por qué



las marcas



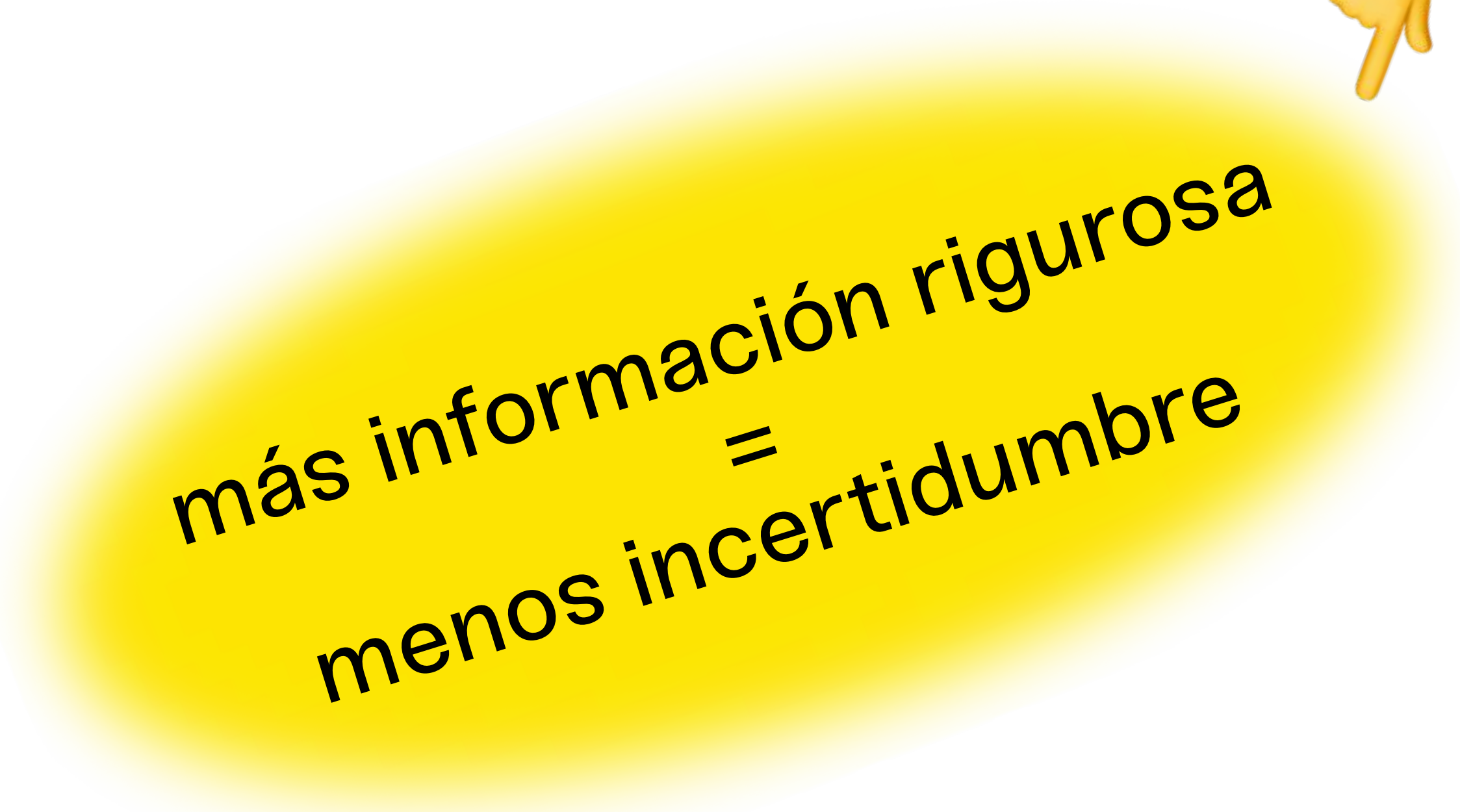
siguen



Las Tendencias

Un proceso minucioso requiere su tiempo, pero aporta rigor a las apuestas de las empresas y marcas.

Las tendencias son una herramienta que ofrece gran cantidad de información relevante para conectar con las personas.



más información rigurosa
=
menos incertidumbre

El proceso ideal:

de las marcas que siguen tendencias



**Las ventajas
de seguir
tendencias**

A simple vista: un plan sin fisuras.



Levantar la cabeza más allá de tu propia realidad es una ventaja en sí misma.



Observar el mundo te preparará para los cambios y acontecimientos que se avecinan.



Los más rápidos se perciben como innovadores.



Oportunidad de conectar y responder a nuevas demandas que, en muchos casos, serán deseos o preocupaciones latentes.

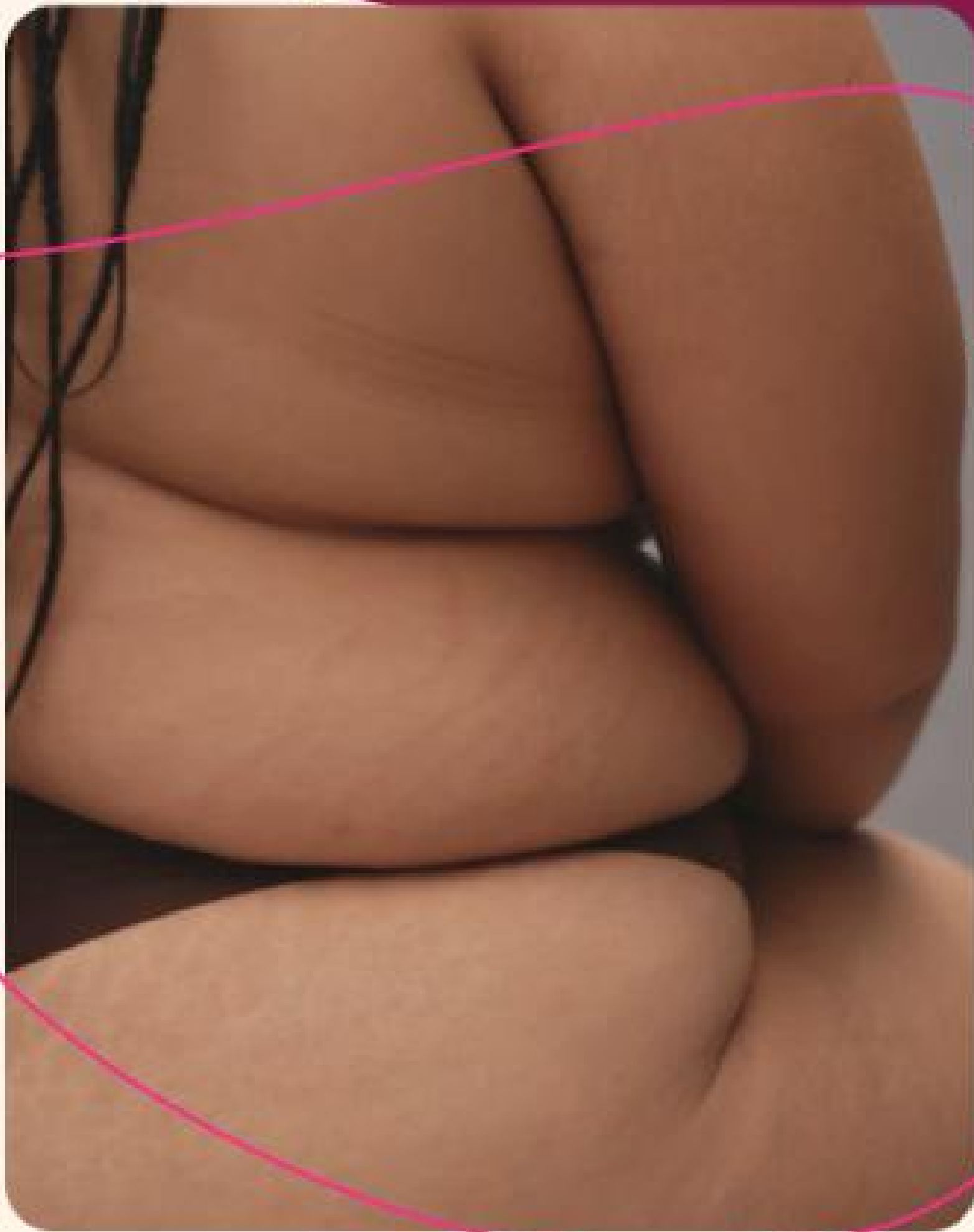
Muchas marcas han sido capaces de seguir este proceso semi-idílico, tanto en el desarrollo de negocio como en comunicación:

Tía

Diesel

Patagonia

Taco Bell



The new standard of care
for women

Join Tia

Learn about membership

Tía

Ante la inminente digitalización del sector de la salud, en 2017 nació TIA, un sistema de atención sanitaria especializado en mujeres.



Diesel

Con el auge de la reutilización, Diesel decidió celebrar el wardrobing; la tendencia de comprarte un outfit, ponértelo sin quitarle la etiqueta y devolverlo al día siguiente.



Patagonia

Otro clásico: Patagonia como pionero con su compromiso con la moda sostenible y funcional



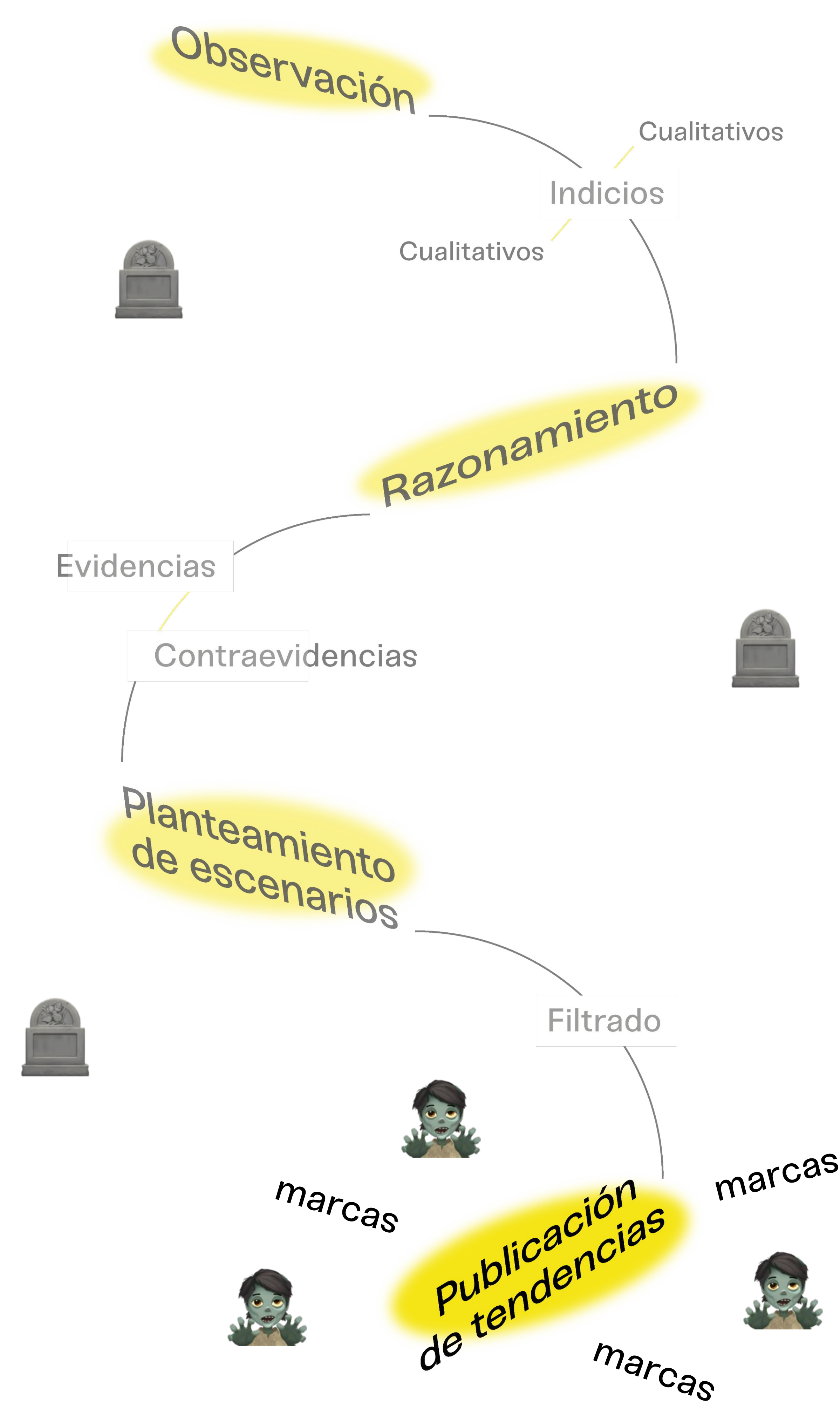
Taco Bell

El fin del edadismo en la publicidad nunca acaba de consolidarse, pero siempre está presente en el debate social: y en 2013 Taco Bell apostaba por enseñarnos a los seniors desde otro prisma

Los inconvenientes
las marcas
zombie

La realidad tras la teoría:

Efecto bola de nieve



El proceso riguroso no siempre existe. Sino que acabamos bebiendo todos del mismo charco, y replicando.

Inconvenientes



Falta discurso innovador.



Marcas llegando a la fiesta cuando la gente se ha aburrido. O se ha ido a su propia fiesta (donde, spoiler: no hay marcas)



Marcas fingiendo ser y estar, y no siendo ni estando.



Gente dudando todo el rato de lo que contamos.

El CONTRAEVIDENCIAS

Más

Allá

*¿y que pasa con las
contraevidencias?*

¿Dónde hay posibilidad de hacer otra cosa?

Las tendencias suelen dejar fuera a pequeñas parcelas de la sociedad. En los grises hay una gran oportunidad para la sorpresa y la diferenciación ya que el resto de marcas que se focalizan en la tendencia están haciendo lo mismo.

Los nichos, conscientes o inconscientes, nos sacan del aburrimiento.

Vivimos en la era de la contradicción

LAS

CONTRAEVIDENCIAS

LAS
CONTRAEVIDENCIAS



VS



LAS CONTRAEVIDENCIAS



BARBIE BELIEVES IN THE POWER OF REPRESENTATION

Children's early experiences shape what they imagine to be possible. It's important for them to see themselves reflected in product and content and to be exposed to different skin tones, hair types, and abilities. Barbie recognizes the importance of representation and is committed to continuing to better reflect the world kids see today.

BARBIE IS THE MOST DIVERSE AND INCLUSIVE DOLL LINE ON THE MARKET TODAY, BUT WE'RE NOT DONE YET.

VS

CONVOCADOS ESPAÑA





#VAMOS ESPAÑA
#STREAMWORLDCHAMPIONSHIP





 AMPETER	 ANDER	 CACHILLAS	 DARIO EME HACHE	 DELANTERO 09	 DJAMARITO	 ESPE		
 FOLAGOR	 GERARD LLOBET	 GOMEZNAWER	 JUANMA	 KOKO DC	 LLOBETI	 MAGUS	 PAPI GAVI	 PEEREIRA
 PLEX	 SPURSIITO	 TRESKO	 VICENS	 VIRUZZ	 VITU			

26 Y 27 de Noviembre Estadio Benito Villamarín, Sevilla

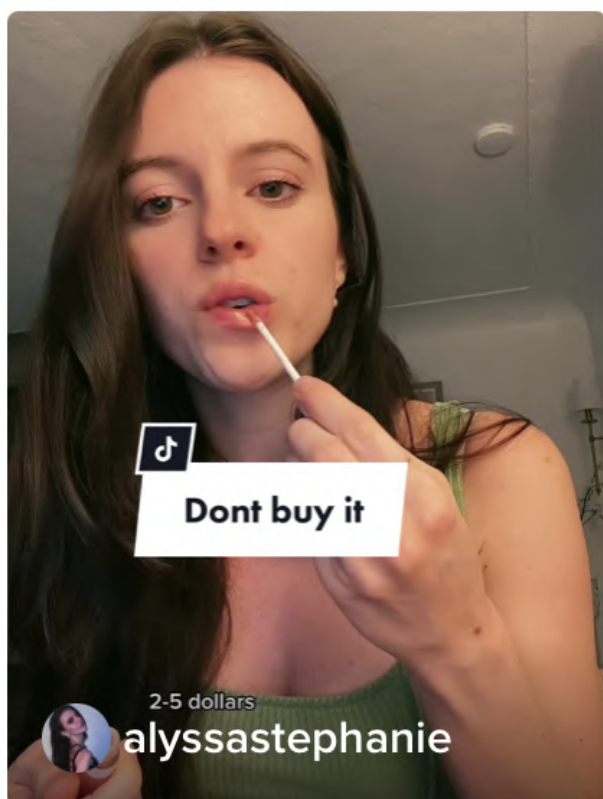
 /TheGrefg

LAS CONTRAEVIDENCIAS



#deinfluencing

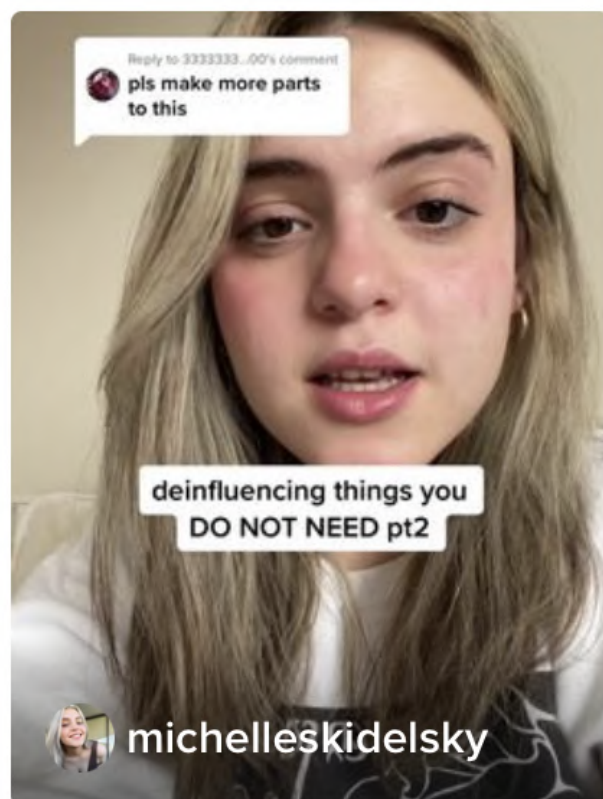
127.7M visualizaciones



I love deinfluencing #deinfluencing



I was not ready for this but...



Replying to @3333333...00 y



The deinfluencer **#deinfluen**

VS

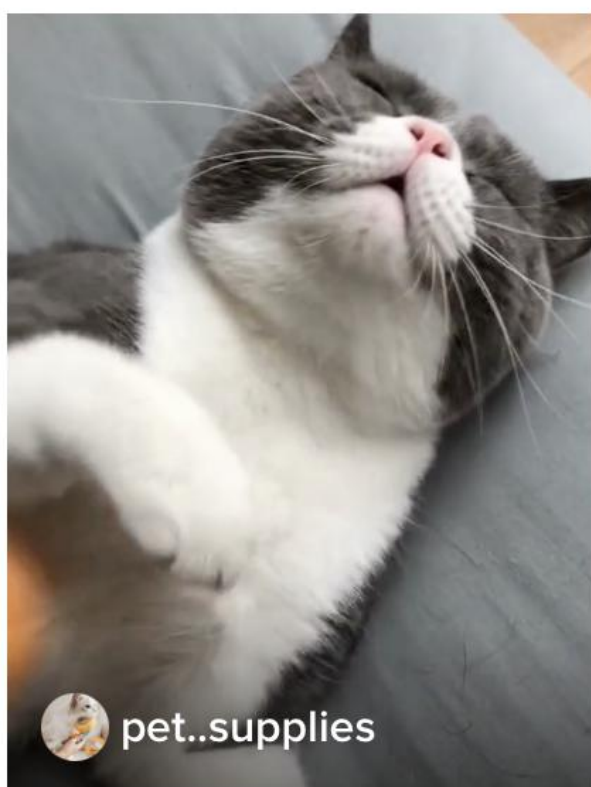


#TikTokMadeMeBuyIt

41.6B visualizaciones



Give us a review.



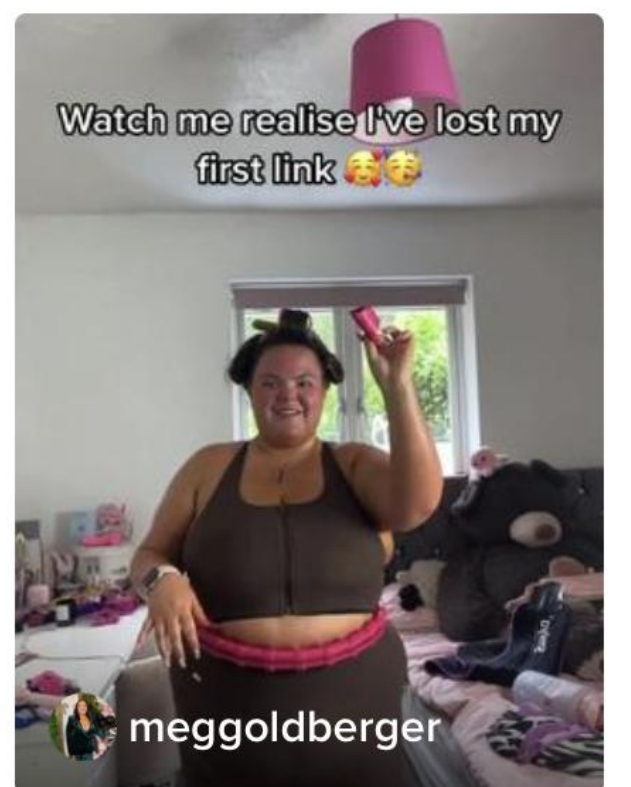
Reply to @stegosaurusjen ...



Reply to @3rzasc4rlet take...

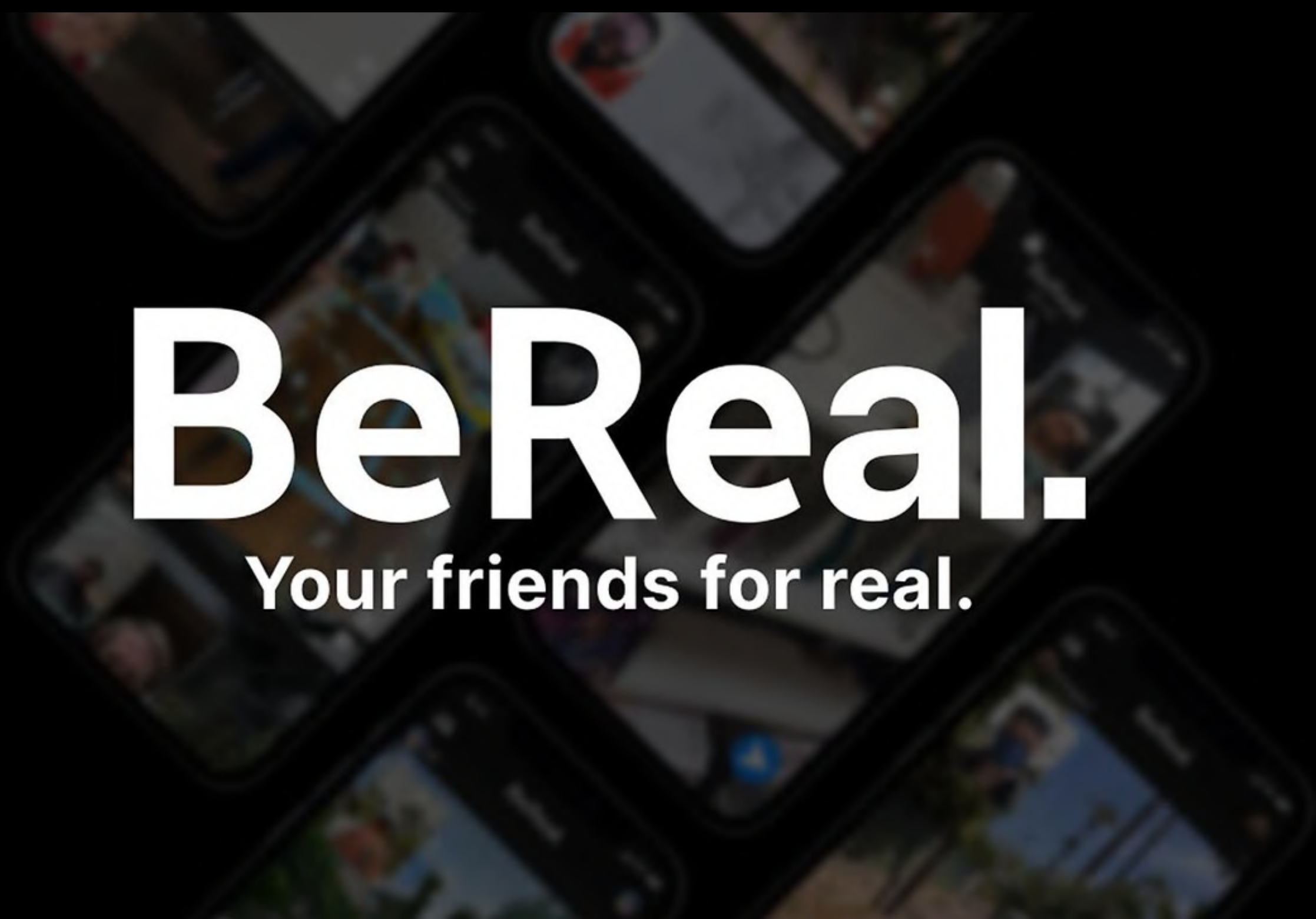


unboxing my new levitatin...



Hula hoop 28 day challeng...

LAS
CONTRAEVIDENCIAS



VS



LAS
CONTRAEVIDENCIAS



VS



Existen marcas que tienen muchísimos recursos y medios para convertirse en tendencia o, al menos, retar la norma y salir fortalecidos.

Cuando apuestas por un discurso diferencial, consiguen adeptos; cuando sigues a los demás, eres –valga la redundancia– uno más.

Socialmood

Esta no es más que nuestra visión de las cosas. Visiones hay muchas.

Buscamos personas (y marcas) que vean las cosas diferente. Si es así, hablemos.

Y ya que llegaste hasta aquí, sigue la conversación en Cosas y Casos, la newsletter.