**4 ventajas de implementar la gamificación en tu próxima estrategia de marketing**

Actualmente, las redes sociales son el principal referente del entretenimiento, pues se [estima](https://www.smarttravel.news/infografia-cuanto-tiempo-pasamos-en-las-redes-sociales/) que los consumidores pasan el 30% de su tiempo en línea navegando en ellas, lo que significa que pasarán 5 años y 4 meses de vida actualizando su perfil, compartiendo fotos o creando videos cortos.

Pero, ¿qué es lo que vuelve tan entretenidas a las redes para que los usuarios pasen tanto tiempo en ellas? Más que un algoritmo, el secreto parece estar en la gamificación, es decir: el uso de conceptos propios de los juegos como recompensas, desafíos, logros o niveles aplicados en diversos campos como el marketing, negocios o tecnología. Para explicar las ventajas de esta metodología, [**Likee**](https://likee.com/en/index?lang=es), la plataforma que conecta a las marcas con sus audiencias clave mediante experiencias visuales de última generación; comparte cuatro razones por las que resulta indispensable implementar una estrategia basada en la gamificación:

**Fortalecen la interacción**

Con la implementación de la gamificación a través de [retos](https://likee.com/hashtag/AssassinCross#/) o la obtención de puntos, las marcas pueden aumentar y mejorar de forma orgánica los niveles de *engagement* con su audiencia, pues les motiva a interactuar continuamente para desbloquear logros, competir con otros usuarios o compartir su progreso con la comunidad a fin de mantenerse activos y relevantes en cualquier plataforma.

**Mejora la experiencia del usuario**

Asimismo, este “sistema basado en juegos” permite a los usuarios llevar por sí mismos su experiencia a un nuevo nivel, pues a través de opciones de entretenimiento que permitan interactuar con la marca y conocer su opinión o feedback respecto a la misma, hábitos, *hobbies* o necesidades, a cambio de una recompensa, se logran conocer datos que permiten brindar una experiencia mucho más personalizada.

**Nuevas formas de promoción**

La gamificación también ha sido aplicada para la promoción masiva de marcas o productos. Ejemplo de ello, han sido las campañas de videojuegos como *Call of Duty Mobile* o *Free Fire* a través de la plataforma de Likee, donde se alentó a los fans a recrear [bailes](https://likee.com/s/84dmP8wB7uH) o la [apariencia](https://l.likee.com/h/ZPh2z3) de los personaje a través del reto [#CODMobileStyle](https://likee.com/hashtag/CODMobileStyle#/), así como a sumarse a transmisiones en vivo de partidas en compañía de reconocidos *gamers*, generando una conexión más personalizada y directa. Estas dinámicas alcanzaron un alto nivel de engagement con más de 200 mil clips subidos, visualizacionesmayores a 5 millones y 60 mil espectadores durante los *livestreamings.*

**Fidelización**

Al mismo tiempo, las dinámicas de juego ayudan en gran medida a enganchar rápida y efectivamente a los usuarios, ya que los motiva a visitar de forma recurrente la plataforma o la app con el fin de subir su nivel o conseguir la recompensa del día, incrementando así los niveles de retención. Se calcula que la gamificación llega a [aumentar](https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/8018/tfm-aqu-ser.pdf?sequence=1&isAllowed=y) la fidelización en un 22% y el reconocimiento de marca en un 15%.

Todo indica que jugar ha dejado de ser solo para niños, pues una buena estrategia de gamificación puede ayudar a las marcas a sumar puntos con sus usuarios, aumentar la categoría de su reputación y superar el último y más importante nivel: conquistar a su audiencia.

-o0o-

**Sobre** [**Likee**](https://likee.com/)

Likee es la plataforma global líder con base en Singapur para la visualización y creación de video móvil de formato corto. Sus herramientas superiores de edición y creación de video inspiran la creatividad de la vida real con más de 2000 efectos de video. Al llegar a más de 150 millones de usuarios cada mes en todo el mundo, Likee crea la oportunidad para que cualquier persona en el mundo no sólo sea vista y escuchada, sino que también brille. Las características de Likee también fomentan la conexión y la conversación entre los usuarios, ya que gamifica la visualización de videos y las interacciones en la plataforma. Desarrollada por BIGO Technology Pte. Ltd., Likee se lanzó por primera vez en julio de 2017 y es ahora una de las aplicaciones más populares del mundo, y está clasificada en el cuarto lugar como la aplicación de medios sociales más descargada a nivel global según Sensor Tower en enero de 2020. Likee también se clasificó en primer lugar en la serie de las "10 mejores aplicaciones de ruptura" según el informe de App Annie en 2019.

Likee: Te deja brillar.

**Síguenos en:**

Facebook:<https://www.facebook.com/likeespanol/>

Twitter: <https://twitter.com/likee_official>

Instagram: <https://www.instagram.com/likee_official_espanol/>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCgIZ7SmC4N6ARQaQmNuDuIQ>

**Contacto para prensa**

Another Company

Norma Pérez I Account Manager

+52 1 (55) 2857 7150

[norma.perez@another.co](mailto:norma.perez@another.co)

Another Company

Maximiliano Cervantes | Account Executive

+52 1 (55) 3233 3219

[maximiliano.cervantes@another.co](mailto:maximiliano.cervantes@another.co)