

another

Marketing digital y *experiencial*: pioneros del metaverso

Ciudad de México. 19 de septiembre de 2022. El concepto del metaverso parece algo muy nuevo y desconocido. Conectar el mundo físico con una galaxia virtual, e interactuar con todos sus elementos en tiempo real por medio de dispositivos físicos y avatares digitales, significa teletransportarse entre dos ecosistemas totalmente distintos. Sin embargo, los mundos virtuales no son nada nuevo, y existen una gran cantidad de ellos. Casi como en un videojuego, en el metaverso creas un personaje (avatar) con el que puedes vivir situaciones diarias a través de una computadora o un dispositivo inteligente.

En cuanto a la concepción de metaverso por el que apuestan las redes sociales y otras empresas, la idea es crear un universo paralelo y completamente digital en el que podemos acceder a través de realidad virtual y aumentada, logrando interacción dentro de él y desde fuera con contenido digital. Las claves de este metaverso están en la **inmersión completa** y una total **libertad de creación**, ya sea para formar nuestro avatar o también para crear nuestro entorno y espacios a gusto personal.

A pesar de su poco tiempo de creación, el metaverso significa dar un paso definitivo para estrechar el mundo físico y el virtual, mezclando a ambos en un universo nuevo administrado por la empresa que consiga imponer su metaverso. Esto puede tener muchas aplicaciones prácticas, como reuniones de trabajo en la que todos compartan una oficina holográfica, eventos y experiencias en ambos universos, y hasta una economía propia.

Estos factores hacen pensar en el uso y aplicación de estas enormes comunidades en la industria del marketing y la comunicación para introducir mensajes y marcas en el naciente metaverso. Hoy, los primeros esbozos de esto lo hemos visto en algunos artefactos del mundo físico pasados a lo virtual, como la moda o los NFT, con los que muchas marcas e industrias han empezado a introducirse en el concepto de metaverso en su concepción más temprana.

Dentro del campo del marketing en el metaverso se están realizando acciones innovadoras con el objetivo de hacer fluir el mundo real y el virtual, creando una **experiencia única**. Diversos análisis apuntan que, en los próximos cinco años, **el 70% de las marcas tendrán presencia en el metaverso**, buscando conectar en un mismo espacio, experiencia y negocio. En la actualidad, y a pesar de ser un terreno poco explorado, ya existen diversas aplicaciones del metaverso en el marketing experiencial y en las que ya han empezado a trabajar juntos.

Si hablamos de experiencia de marca, sabemos que este concepto recoge en varios niveles los elementos tangibles e intangibles que se pueden usar para potenciarla. Obviamente una **experiencia metaversal será tendencia dentro del nuevo marketing**, ya que la estimulación del consumidor abarcará nuevas medidas, desde activaciones físicas como en una plaza virtual, hasta las pruebas digitales y reales de un producto o servicio pasando por un sinnúmero de **interacciones en ambos universos**.

Todo esto capturará los sentidos de los consumidores y usuarios para generar un vínculo poderoso no sólo con un producto, sino con la marca. **another**, grupo independiente de comunicación estratégica con la oferta más grande en servicios en el mercado latinoamericano

another

y presencia en 21 países, comparte otras acciones que el metaverso puede traer a la industria:

- **Mejoras de eventos en tiempo real.** Significa dotar a un evento físico de una dimensión digital, ya sea para disfrutar de una actuación en directo o para adquirir algún producto digital, como los desfiles o conciertos virtuales.
- **Marketing de contenidos.** En este sector se busca el desarrollo de acciones concretas ligadas a nuevos contenidos virtuales y su consumo por diferentes tipos de usuarios.
- **Influencers en el metaverso.** Hoy existen marcas que están gestionando sus modelos de marketing en el metaverso por medio de *influencers* digitales. Cuando haya una audiencia más significativa en este gran espacio, este será un modelo habitual de posicionamiento, justo como en el mundo físico.
- **Estrategias de posicionamiento.** El modelo actual de las búsquedas de producto podría dar un giro, dando mayor relevancia del posicionamiento visual. El *visual search* es una modalidad de búsqueda de contenidos en la que se usan imágenes en lugar de textos. Así, un usuario puede subir una fotografía, captura de pantalla o cualquier imagen genérica a un motor de búsqueda visual para encontrar contenidos relacionados.
- **Promos que crucen los dos mundos.** Entender esto con un ejemplo sería utilizar códigos promocionales canjeables en el mundo real y viceversa (generados en físico y canjeables en la plataforma).
- **Estrategias de comercio descentralizado (d-commerce).** Al final, el metaverso será un nuevo escenario para el d-commerce. En él tendremos la posibilidad de adquirir servicios y productos directamente sobre la página sin necesidad de ser redirigidos a una plataforma de compra, haciendo de las transacciones algo más directo.

Si bien el metaverso hoy es un lienzo en blanco con grandes oportunidades para ser llenado, las posibilidades de esta gran plaza serán casi infinitas, pero todo dependerá de la voluntad que haya para crearlo, del camino que se siga para hacerlo, y de lo accesible e inmersivo que pueda ser para todos.

###

Acerca de another

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, [another](#) es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas, para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. [another](#) brinda servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, influencer marketing, social media, branding, content & inbound marketing, creatividad y diseño, Investigación e inteligencia de mercado y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en moda, belleza, estilo de vida, consumo masivo, tecnología, lujo, cultura, entretenimiento, salud y bienestar, turismo y corporativo. [another](#) forma parte de Constellation Global Network y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Casa another en Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (FL), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Bolivia, Canadá, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Puerto Rico, República Dominicana, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita [another.co](#) y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [LinkedIn](#).