the catch

Strategic Inspiration

CATCH OF THE WEEK

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

CARLOS RODRÍGUEZ· 29/04/2021

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

La normalización del mundo del gaming, cada vez más extendido entre los públicos más jóvenes (sobre todo, aunque no solo), ha dado pie a una nueva generación de videojuegos en línea orientados a capturar las necesidades de la nueva socialización.

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

EL GRAN TAKEOUT ESTRATÉGICO

Una vez más, la «mainstreaminización» de un nicho ha supuesto un revulsivo de profundo calado, afectando en este caso a las relaciones sociales y a la manera de vincularnos afectivamente. Abre nuevas oportunidades para compañías y marcas más allá del patrocinio de competiciones o del product placement.

29/04/2021 · CARLOS RODRÍGUEZ

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

¿POR QUÉ TENGO QUE LEER ESTO?

Para entender a las nuevas generaciones es necesario comprender cómo se relacionan entre ellas y qué esperan de las marcas en este sentido.

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

La expansión y normalización del mundo del videojuego ha vivido su propia tormenta perfecta en los últimos años: la digitalización y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación han traído grandes cambios a nivel de canal. Así, hemos asistido al surgimiento de modelos DTC firmados por las grandes plataformas de gaming (Nintendo, PlayStation), que han comenzado a competir directamente con el canal de venta tradicional. Esto ha tenido grandes efectos a nivel de consumo. Por un lado, los formatos tradicionales (físicos) pierden peso; por otro, los hábitos de compra se redefinen. Y la relación entre usuarios y videojuegos cambia: por ejemplo, la experiencia alrededor de un único videojuego se multiplica con tematizaciones estacionales, packs de expansión, eventos, nuevos contenidos...

Sin embargo, el efecto más visible de este fenómeno está relacionado con la irrupción, en primer lugar, y posterior expansión del videojuego online multijugador. Esta categoría no es desconocida para la audiencia general. Existen videojuegos online multijugador desde que existe Internet como Counter-Strike, Diablo, World of Warcraft, por mencionar los más conocidos. Echando un vistazo a la propuesta narrativa y a los códigos expresivos de dichos títulos, nos podemos hacer una idea del tipo de público al que iba dirigido (más especializado y fundamentalmente masculino).

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

Lo que ha pasado con el videojuego online multijugador en los últimos años es distinto: nos encontramos ante una nueva generación de títulos que no se conforma con las audiencias tradicionales (especializadas/geek). Frente a Counter-Strike surge Fortnite, un videojuego que, desde los códigos de la categoría, pretende imbricarse en el tejido social y ser más expansivo en cuanto a sus potenciales audiencias. Lo podemos ver en el concierto online ofrecido por J Balvin o el de Travis Scott, que alcanzaron visitas millonarias en cada caso. El de Travis Scott se cifra en 27,7 millones de jugadores únicos. Pero no se queda ahí: Fornite crea eventos únicos cada cierto tiempo, como la colaboración con Marvel para la promoción de Avengers: Endgame, que incluía un modo único de juego.

Pero la need de socialización en el mundo del gaming gracias a los videojuegos online multijugador va más allá. Además de las opciones obvias (como el FIFA), los últimos años nos han traído títulos pensados para una gran mayoría que están teniendo una importante repercusión, sobre todo en el impacto que tienen a la hora de configurar nuestras relaciones o la manera de divertirnos. Es el caso de Fall Guys, que desde su propuesta de valor hasta su imaginario visual es capaz de atraer a una amplia audiencia no especializada. O, sobre todo, Among Us, un éxito viral para la generación Z, que ha encontrado en la sencillez y estilo retro de este título el sustituto perfecto o casi perfecto de las discotecas en tiempos de pandemia.

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

LINKS Y EN QUÉ ME FIJO

https://www.youtube.com/watch?v=lEV6obSjUlg

https://www.youtube.com/watch?v=TO4FQZoscVM

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

PORQUÉ DEBE INTERESARTE

Porque para conectar con las nuevas audiencias es clave entender cómo se relacionan entre ellas.

QUÉ TENSIÓN ESTÁ RESOLVIENDO:

La posibilidad de utilizar el videojuego de forma amplia dentro de la socialización y el entretenimiento.

DESDE UNA MIRADA ESTRATÉGICA:

Tenemos que entender cómo es nuestro target para identificar la mejor manera de acercarnos a él y «ser parte» de su universo.

A QUIÉN LE PUEDE INTERESAR:

A marcas con dificultad para conectar con la generación Z (por cuestiones intrínsecas de la categoría o del ADN específico de marca). A categorías en las que la socialización tiene un peso especial en la need profunda.

DÓNDE LO APLICO:

En la generación de contenidos, en el RTM, en el desarrollo de eventos...

CÓMO LO APLICO:

Entendiendo el medio y las especificidades del mundo del gaming: lenguaje, códigos visuales...

CÓMO DE INNOVADOR ES:

Innovador en la medida en que los nuevos títulos aspiran a adquirir un rol más amplio y central en nuestra socialización.

CONCEPTOS CLAVE:

Jóvenes, generación Z, socialización.

¿SON LOS VIDEOJUEGOS LAS NUEVAS DISCOTECAS?

LO QUIERO PARA MI COMPAÑÍA/MARCA, ¿QUÉ NECESITO SABER?

QUIÉN LO ESTÁ USANDO YA:

Muchos sectores e industrias, como el del entretenimiento.

COSAS A TENER EN CUENTA:

Aunque las formas de relacionarnos cambian, la esencia de la socialización es siempre la misma.

CÓMO ME HAGO UNA IDEA MÁS CLARA:

Disfrutando de las demos de estos videojuegos.

Siguiendo gameplays o canales de gamers conocidos, ya sea en YouTube o Twitch.

CÓMO LO COMPARTO CON MI RED:

«Para ser relevantes hemos de entender cómo se relacionan y socializan las generaciones jóvenes, y actuar en consecuencia sin emitir un juicio de valor desde las marcas.»

ME INTERESA PARA MI MARCA, EXPLÍCAME MÁS!

Esta oportunidad forma parte del tanque de inspiración estratégica de The Hunter. Si quieres que te expliquemos en más detalle cómo más de 15 años investigando y mapeando nos sirven para hacer recomendaciones estratégicas innovadoras y culturalmente relevantes, ponte en contacto con nosotros.

QUIERO SABER MÁS

the hunter

the catch

Strategic Inspiration

The Catch es el tanque de inspiración estratégica de The Hunter en el que se comparte la inspiración necesaria para tomar las mejores decisiones estratégicas, en forma de recursos, contenidos e ideas únicas, sencillas de entender y de aplicación inmediata.

Todos los derechos reservados. La propiedad intelectual de los textos de este documento y de su reproducción es de The Hunter Projects SL. Se permite la reproducción, con fines no comerciales, de los textos de este documento, siempre que se respete la integridad de los mismos y que se cite expresamente la fuente y la URL: “Web de The Hunter Projects http://thehunterprojects.com"

No se permite la reproducción total ni parcial de las imágenes o textos de este documento sin la autorización previa de The Hunter Projects SL. Contacto: rita.eliasson@thehunterprojects.com
La reproducción y la distribución pública de este contenido con fines comerciales, en cualquier soporte y por cualquier medio técnico, sin autorización expresa de The Hunter Projects SL, quedan específicamente prohibidas.

Cualquier acto de explotación, difusión y/o comunicación pública, así como cualquier uso lucrativo, directo o indirecto, y/o comercial, de cualquiera de los contenidos que integran este documento queda expresamente prohibido sin autorización expresa previa y escrita de The Hunter Projects SL.