

El hype como estrategia de marketing

El término hype, en el área del marketing, es una estrategia inteligente para enfatizar una cosa, idea o producto hasta que los usuarios u clientes sientan la necesidad de consumirlo

Actualmente hay muchas empresas como Hawker, Pompeii y Apple entre otras que utilizan esta técnica para convertir al consumidor en la mejor herramienta de marketing. Y esta técnica, se está extendiendo cada vez más ámbitos empresariales.

Expectación, la clave

El fenómeno de las colas ante un evento, recuerda a actuaciones de grupos o cantantes en las que seguidores fieles, no dudan en permanecer horas sin importar las inclemencias del tiempo, la falta de sueño o cualquier otro elemento disuasorio. Lo importante es obtener la recompensa. En este caso, únicamente se debe sustituir al grupo/cantante por producto.

A continuación, se genera el máximo ruido en las redes sociales. De todas las formas posibles:

Creando concursos flash: a lo largo del día vamos a sortear estas gafas, maquillaje, etcétera. Genera la participación invitando a que se hagan RT en el concurso, menciones de amigos.

Un famoso como prescriptor: En el caso de las conocidas gafas Hawkers, el primer personaje conocido que las llevó fue el piloto Jorge Lorenzo, que fue socio en los inicios de la empresa durante un tiempo. Los medios cambian, los soportes también, pero hay ciertas técnicas que funcionan. Un famoso como prescriptor es una garantía.

Ceder el producto a un bloguero conocido: Si se anda escaso de producto porque la aventura acaba de empezar, se puede observar el caso de Pompeii. Se debe convertir una debilidad en una oportunidad. Un blogger experto en moda y con muchos seguidores será el prescriptor indicado.

Hype es un término que viene de hipérbole, exageración y de eso se trata de crear una campaña descomunal, que incite al consumidor a desear ese producto. Pero ojo, con exagerar más de la cuenta.

La calidad del producto o servicio ha de ser excelente, prometer lo que se dice es una máxima ya que el consumidor, ése que algunos definen como el responsable de su marketing, puede volverse en

nuestra contra.

La noticia El hype como estrategia de marketing fue publicada originalmente en Pymes y Autonomos

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>