



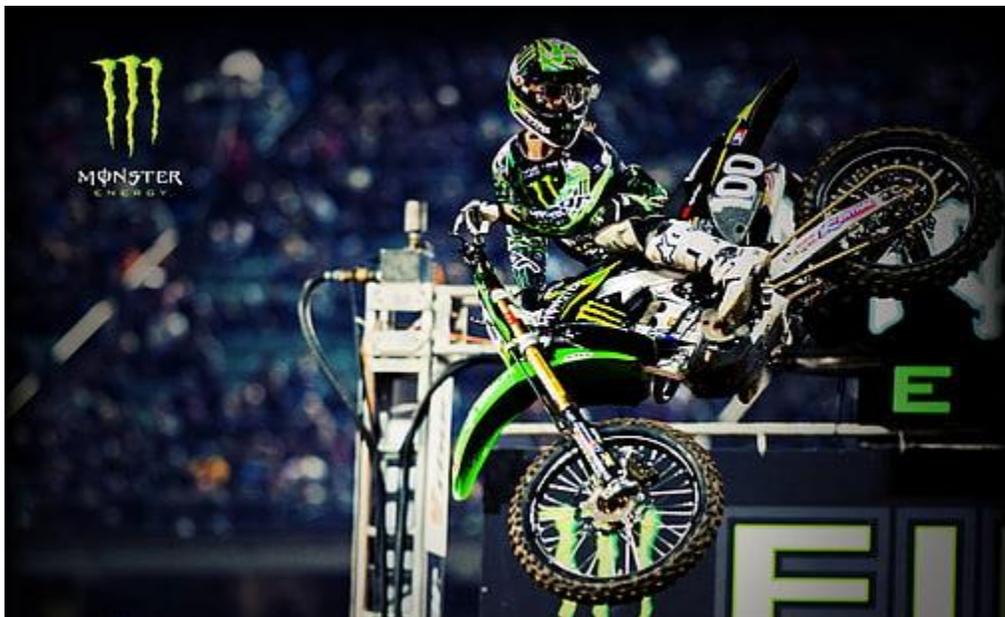
Monster Energy se posiciona como una marca **extrema, rebelde y asociada con la adrenalina.** Su identidad se basa en:

**Logotipo:** La icónica "M" con apariencia de garras, en colores verde neón y negro, que representa energía y agresividad.

**Eslogan:** "Unleash the Beast" (Libera a la bestia), reforzando su enfoque en la intensidad.

**Público objetivo:** Jóvenes y adultos que disfrutan de deportes extremos, videojuegos y música rock/metal.

**Patrocinios:** Se asocian con eventos de motocross, skate, surf, esports y festivales de música.





## ¿Qué estrategias utilizan en redes sociales?

Monster Energy tiene una fuerte presencia en plataformas como Instagram, TikTok, YouTube y X. Sus estrategias incluyen:

**Contenido visual llamativo:** Publican videos de acrobacias extremas, carreras y conciertos.

**Colaboraciones con influencers y atletas:** Trabajan con pilotos de motocross, skaters y gamers reconocidos.

**Uso de hashtags y tendencias:** Crean campañas como #MonsterEnergy o #UnleashTheBeast para viralizar su contenido.

**Interacción con la comunidad:** Responden comentarios, organizan giveaways y hacen encuestas para generar engagement.

**Publicidad pagada:** Usan anuncios dirigidos a personas interesadas en deportes extremos y videojuegos.



En dispositivos móviles. **¿Cómo diseñan su página web y experiencia de usuario?**

**Estética oscura y llamativa:** Predominan los colores negro, verde neón y gris metálico, reforzando la identidad energética.

**Navegación intuitiva:** La página es fácil de explorar, con categorías claras para productos, eventos y embajadores.

**Contenido multimedia:** Incluyen videos y galerías de imágenes impactantes.

**Merchandising y tienda online:** Además de las bebidas, venden ropa y accesorios con su branding.

**Adaptabilidad móvil:** La web es responsiva y carga rápido





## ¿Cómo miden su impacto y adaptan su contenido?

**Métricas clave:** Analizan interacciones en redes, cantidad de visualizaciones, ventas y participación en eventos.

**Monitoreo de tendencias:** Se mantienen atentos a lo que es popular en deportes y gaming para ajustar su contenido.

**Campañas basadas en datos:** Utilizan herramientas como Google Analytics y Meta Insights para evaluar el rendimiento de anuncios y publicaciones.

**Respuestas rápidas a la audiencia:** Si una campaña no funciona, cambian el enfoque y prueban con otro tipo de contenido.

