



Cristian Iván Gordillo Díaz

Diseño Digital

Parcial IV

Lic. María Fernanda Campos Román

Diseño Gráfico

Cuatrimestre II

Análisis de Marcas Exitosas en Medios Digitales “Netflix”.

Identidad y Personalidad de Marca

Netflix se ha posicionado como una marca líder en entretenimiento global gracias a su enfoque innovador y su capacidad para conectar emocionalmente con los usuarios. Su identidad de marca se define por tres pilares principales:

- **Originalidad:** Netflix produce contenido exclusivo de alta calidad, como Stranger Things y The Crown. Un ejemplo destacado es la serie mexicana La Casa de las Flores, que ayudó a consolidar su audiencia en Latinoamérica.
- **Diversidad e Inclusión:** La marca promueve valores de inclusión, reflejados en series como Sex Education y Orange Is the New Black, que presentan personajes diversos y narrativas progresistas.
- **Personalización:** A través de algoritmos avanzados, la plataforma ofrece recomendaciones basadas en el historial de visualización de cada usuario. Por ejemplo, al ver varias películas de acción, Netflix comenzará a sugerir títulos similares como John Wick o Extraction.

Estrategias en Redes Sociales

Netflix destaca por su creatividad y capacidad para mantenerse relevante en redes sociales, utilizando plataformas como Instagram, Twitter y TikTok.

- **Contenido Interactivo:** Publica memes basados en sus series más populares. En Twitter, memes de Wednesday acompañados del hashtag #WednesdayDance se volvieron virales gracias a los usuarios recreando el famoso baile de la protagonista.
- **Segmentación Regional:** En México, Netflix utiliza su cuenta de Twitter @NetflixLAT para compartir contenido adaptado al público hispanohablante, como frases icónicas de Club de Cuervos.
- **Uso de Humor y Tendencias:** En TikTok, Netflix subió un video de The Witcher con el audio viral “¿Qué es esto, por qué estoy aquí?”, adaptado para presentar personajes secundarios, lo que capturó audiencias jóvenes.

Diseño de Página Web y Experiencia de Usuario

La página web y aplicación móvil de Netflix están diseñadas para ser intuitivas, funcionales y centradas en el usuario.

- **Onboarding Claro:** El proceso de registro incluye pasos visuales simples y opciones como "prueba gratuita", eliminando barreras iniciales. Ejemplo: la opción de empezar con solo un correo y método de pago facilita el acceso.

- **Navegación Personalizada:** La página de inicio de Netflix presenta categorías como "Tendencias", "Películas Recomendadas" y "Mi Lista". Ejemplo: Al explorar la sección "Mi Lista", los usuarios encuentran contenido previamente guardado para visualizar posteriormente.
- **Accesibilidad Móvil:** La interfaz es igual de funcional en dispositivos móviles, ofreciendo descargas para visualización offline, como en vuelos o lugares con mala conexión.

Medición de Impacto y Adaptación de Contenido

Netflix utiliza herramientas analíticas para monitorear su desempeño y optimizar su estrategia.

- **Visualizaciones y Retención:** Analiza cuántos usuarios completan una temporada. Ejemplo: La alta tasa de retención de Stranger Things en su cuarta temporada motivó la inversión en una quinta entrega.
- **Audiencias Internacionales:** Producciones locales, como *El Juego del Calamar* de Corea del Sur, demuestran cómo Netflix adapta su contenido para públicos específicos, alcanzando millones de visualizaciones globales.
- **Interacción en Redes Sociales:** Evalúa el impacto de campañas usando métricas como "likes", comentarios y retweets. Por ejemplo, la serie Wednesday generó millones de interacciones gracias al baile viral de Jenna Ortega.

