

Buscando la fórmula secreta para una campaña viral

Publicado en: [Comunicación](#), [Interés General](#), [Marketing](#), [Perfil del Consumidor](#), [Publicidad](#)

Llegar a viral es el sueño de todo marketer y creativo digital al pensar una nueva campaña, y de todo cliente que invierte en una campaña en redes sociales.

Cientos han perdido el sueño en busca del secreto para la viralización, pero hasta ahora, nadie ha encontrado una fórmula exacta.

Mientras el santo grial del social media sigue perdido entre los anaqueles del misterio – junto a quién construyó las pirámides y la existencia del monstruo del Lago Ness – hay ciertas herramientas que podemos tomar para apuntar a la viralización.

La primera consiste en valorar la calidad del contenido por sobre el plan de medios. Un contenido capaz de ser viralizado inevitablemente tiene que resultar emocionante, divertido, llamativo o disruptivo para que la gente desee compartirlo voluntariamente.

Por otro lado, podemos analizar casos de éxito, con el fin de buscar un denominador común que nos lleve a aplicarlo a nuestra propia campaña.

Con este fin, vamos a ver, de la mano de HubSpot, 12 casos de marcas pequeñas que lograron la viralización.

[Haz click aquí para leer el artículo](#)