

Cómo perderle el miedo a Twitch y otros formatos en tendencia



CÓMO PERDERLE EL MIEDO A TWITCH Y OTROS FORMATOS EN TENDENCIA

Introducción



- El livestreaming o las **transmisiones en directo** son el presente y futuro de las redes sociales.
- Plataformas como **Twitch** han ido cobrando cada vez más relevancia en el terreno digital.
- Hoy vamos a centrarnos en ella.
- También hablaremos de otros formatos en tendencia y algunos consejos para incluirlos en vuestra estrategia de marketing digital.



¿Qué es Twitch?



Twitch es la una plataforma de live streaming o retransmisiones en directo



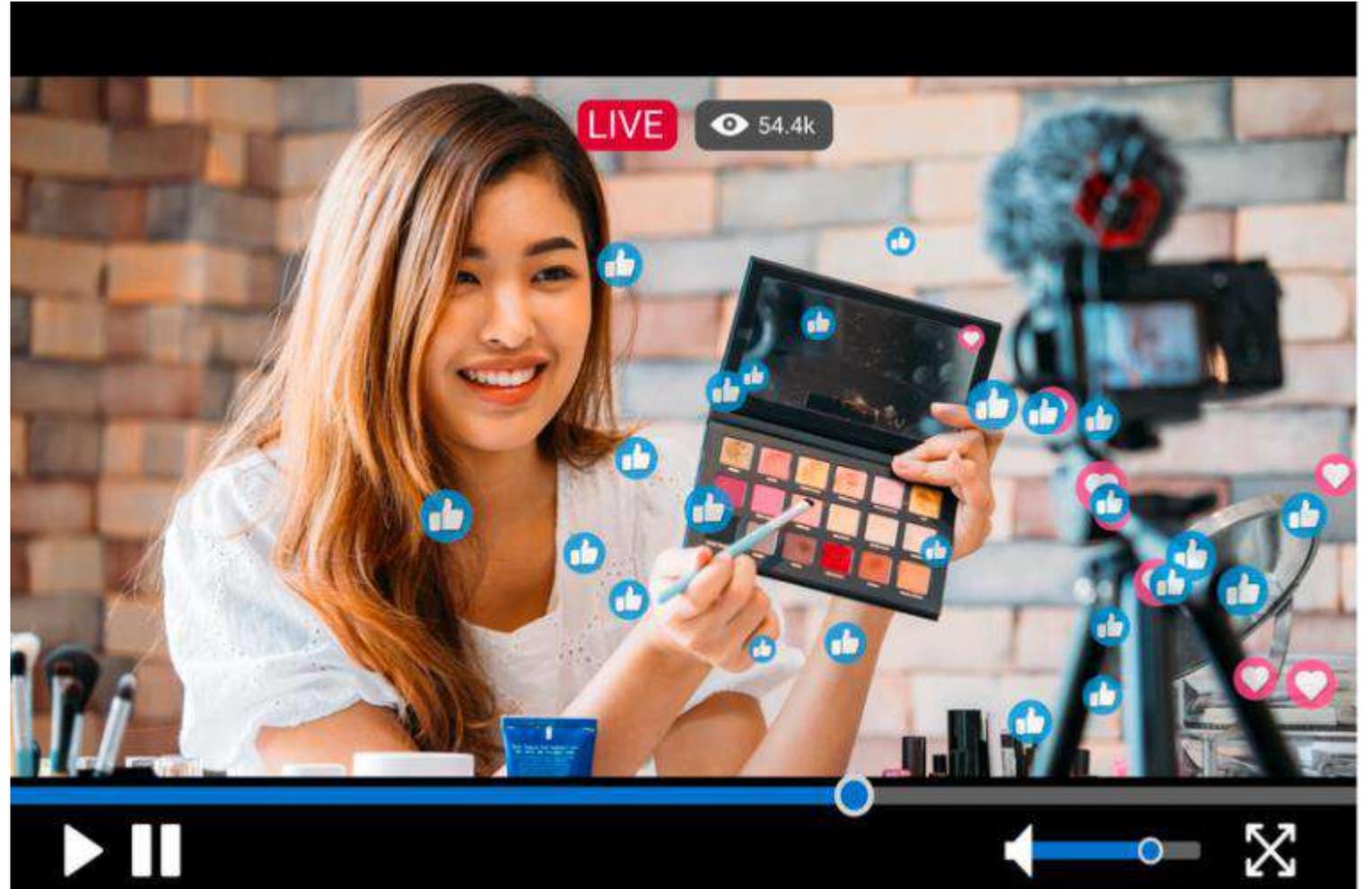
¿Qué es Twitch?



- Mientras se efectúa la emisión, la audiencia puede **donar dinero o entregar recompensas** (“Cheers”) a sus streamers favoritos.
- Es posible realizar **transacciones** dentro de la aplicación y acceder a ciertos beneficios.

¿Qué es Twitch?

- En 2020 la aplicación se convirtió en la más **popular entre jóvenes o nativos digitales**
- Es la plataforma de live streaming o retransmisión en directo más grande del mundo
- Hay muchas **marcas y empresas**



¿Qué es Twitch?



La propia red social se define a sí misma de la siguiente manera:

«Twitch es donde millones de personas se reúnen en directo a diario para charlar, interactuar y crear juntos su propio entretenimiento».

Cifras de la plataforma

Cifras de la plataforma

Cuenta con más de 2,5 millones de visitantes al día, con una audiencia de más de 31 millones mensuales y unos 8 millones de creadores de streaming al mes.





Cifras de la plataforma



A nivel mundial, las personas que más visitan la plataforma son estadounidenses, alemanes, habitantes de Corea del Sur, Rusia y Francia, entre todas ellas, conforman el 45% de la audiencia.

Además, casi todas las personas que llegan a Twitch lo hacen directamente, buscándolo en el navegador.

Una de las ventajas de Twitch es que los streamers pueden **interactuar** con su audiencia **a través de un chat, transmitiendo siempre en tiempo real.**

¿De qué se habla en Twitch?

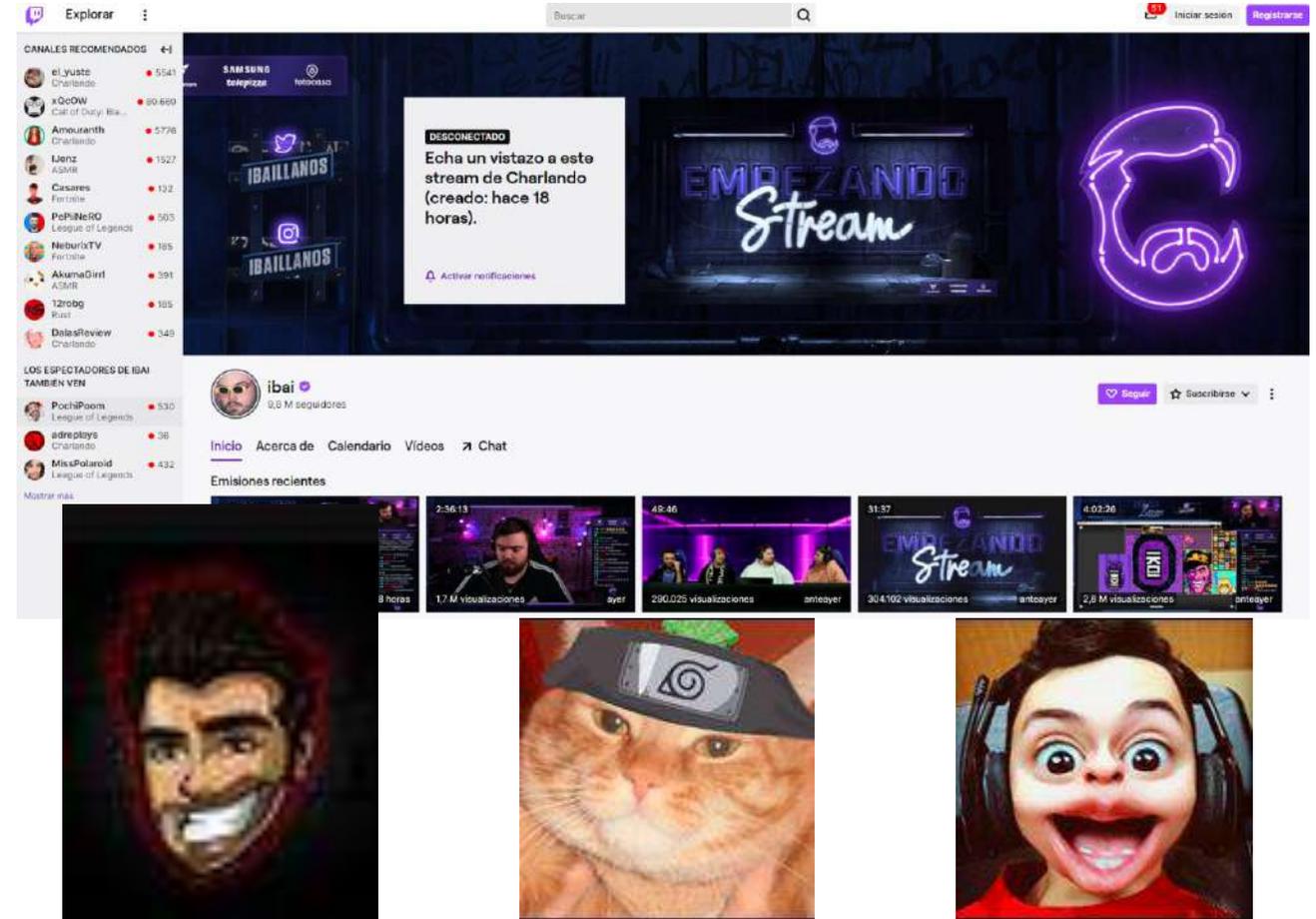
- 
- En torno al 80% de lo retransmitido en la plataforma está relacionado con **videojuegos**.
 - Una de las temáticas en crecimiento es la de “**just chatting**”, solo hablando, que llega ya al 15% de los viewers o visualizaciones a nivel internacional.

¿De qué se habla en Twitch?



¿De qué se habla en Twitch?

- Encontramos a 4 streamers hispanohablantes (Auronplay, Rubius, TheGrefg e Ibai) entre los 10 streamers con mayor número de seguidores y views en sus canales.
- A través de Twitch las marcas pueden mostrar sus productos y servicios generando así una **mayor visibilidad** y utilizando la red como una herramienta más de cara a la estrategia digital.



El origen de Twitch

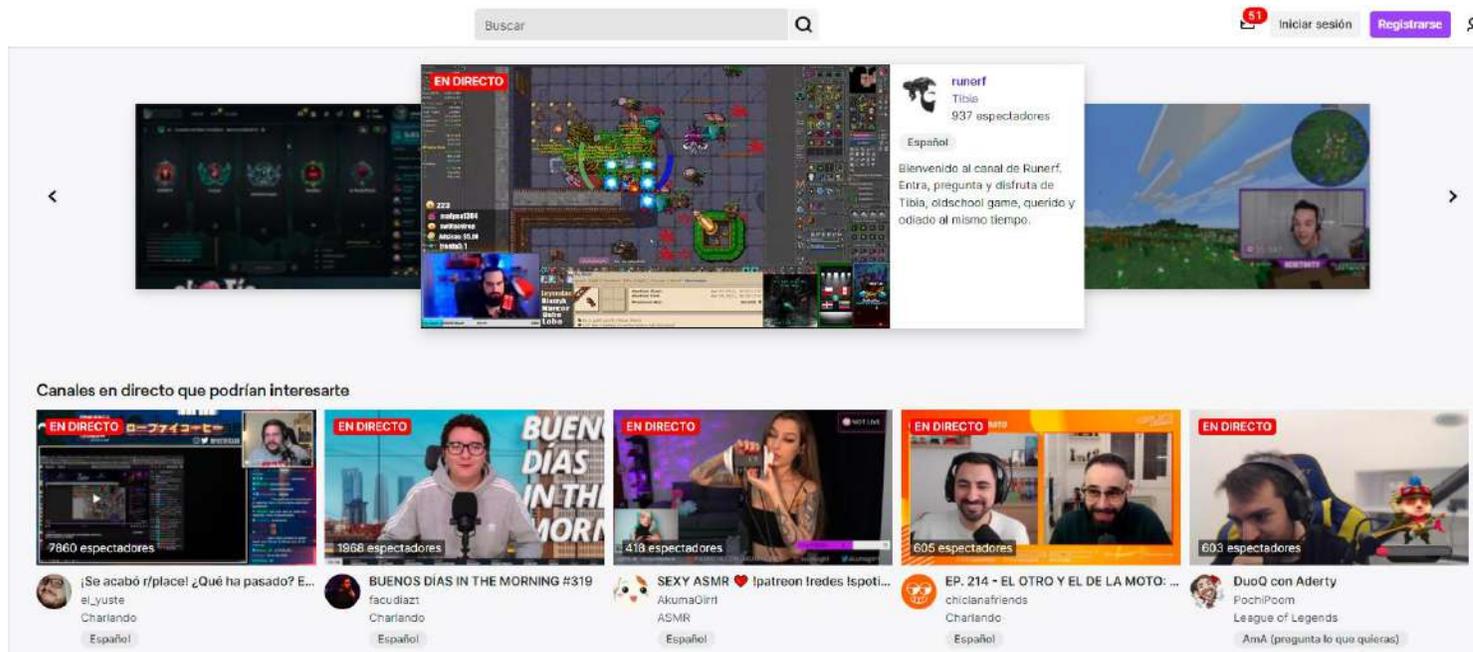


El origen de Twitch

1. Surgió en 2011 como un spinoff de Justin.tv un sitio web creado a principios de 2007, que permitía a cualquier persona transmitir vídeos en vivo.
2. Tras su puesta en marcha, Twitch **se especializó en videojuegos** y muchos gamers empezaron a migrar de Youtube a Twitch, haciendo que la comunidad creciera muy rápido.



El origen de Twitch



1. En 2014, Twitch fue comprada por **Amazon**
2. Twitch está incluido en la suscripción de Amazon Prime
3. Amazon abrió las puertas a muchos otros sectores



El origen de Twitch

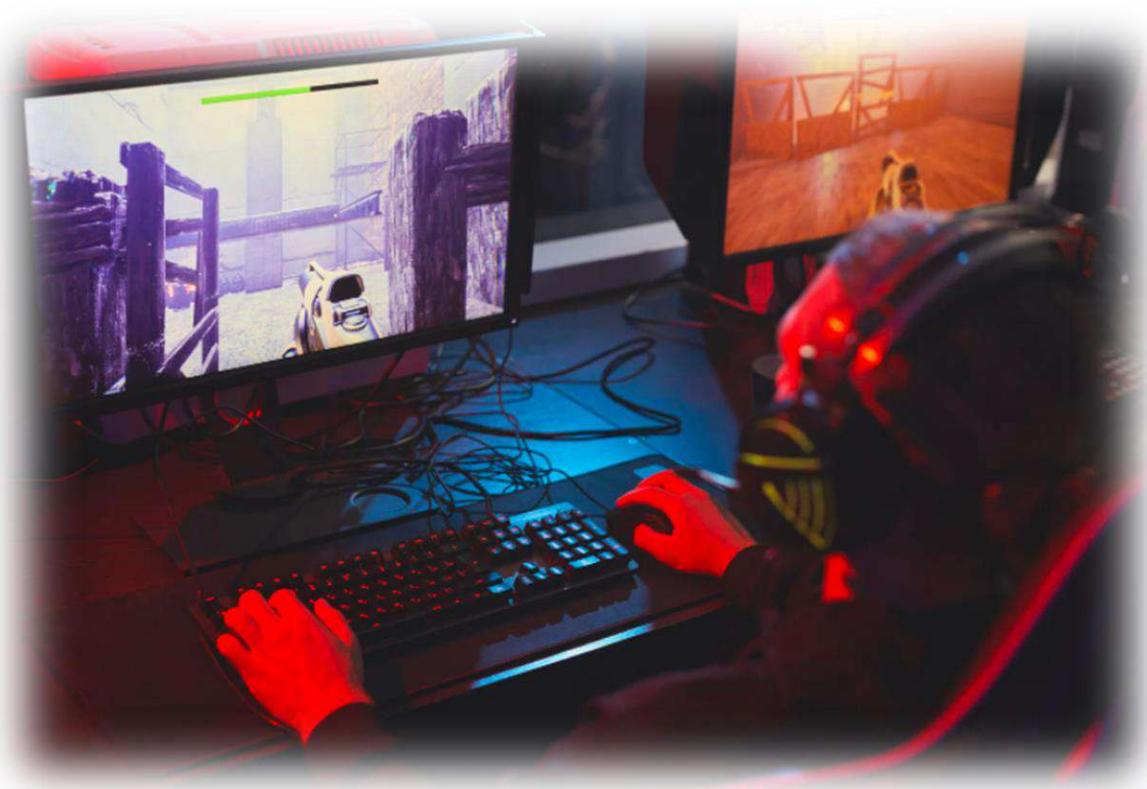
eSports es el nombre con el que popularmente se conocen a las competiciones de videojuegos estructuradas a través de jugadores, equipos, ligas, publishers, organizadores, broadcasters, patrocinadores y espectadores.

Se puede jugar de forma amateur o profesionalizada y de forma presencial u online.





El origen de Twitch



Otras denominaciones son “gaming competitivo”, “organized play”, “egaming” o “pro gaming”.

Son una denominación genérica que se concreta en las **competiciones y ligas de juegos** concretos, no ante una única modalidad de juego.

De la misma manera que no se compite en “deporte”, sino a fútbol, baloncesto, etc., no se compite a eSports sino a League of Legends, Call of Duty, FIFA, Rainbow Six, Siege, Gran Turismo Sport, Gears of War o Hearthstone (juego de cartas).

El origen de Twitch

El gaming competitivo forma parte de una **tendencia mucho más amplia** de la industria del videojuego que permite disfrutar de los videojuegos de manera colectiva y social.

Twitch incluso tiene su propio **TwitchCon**, un evento multitudinario que se celebra para conocer a los mejores streamers, jugar a videojuegos y participar en juegos de eSports.



¿Cómo funciona?



¿Cómo funciona?



- ¿Y cómo funciona todo? Hay varias partes:

- Las retransmisiones pueden verse a posteriori
- Durante un directo, la persona que hace el vídeo **interactúa** con la audiencia

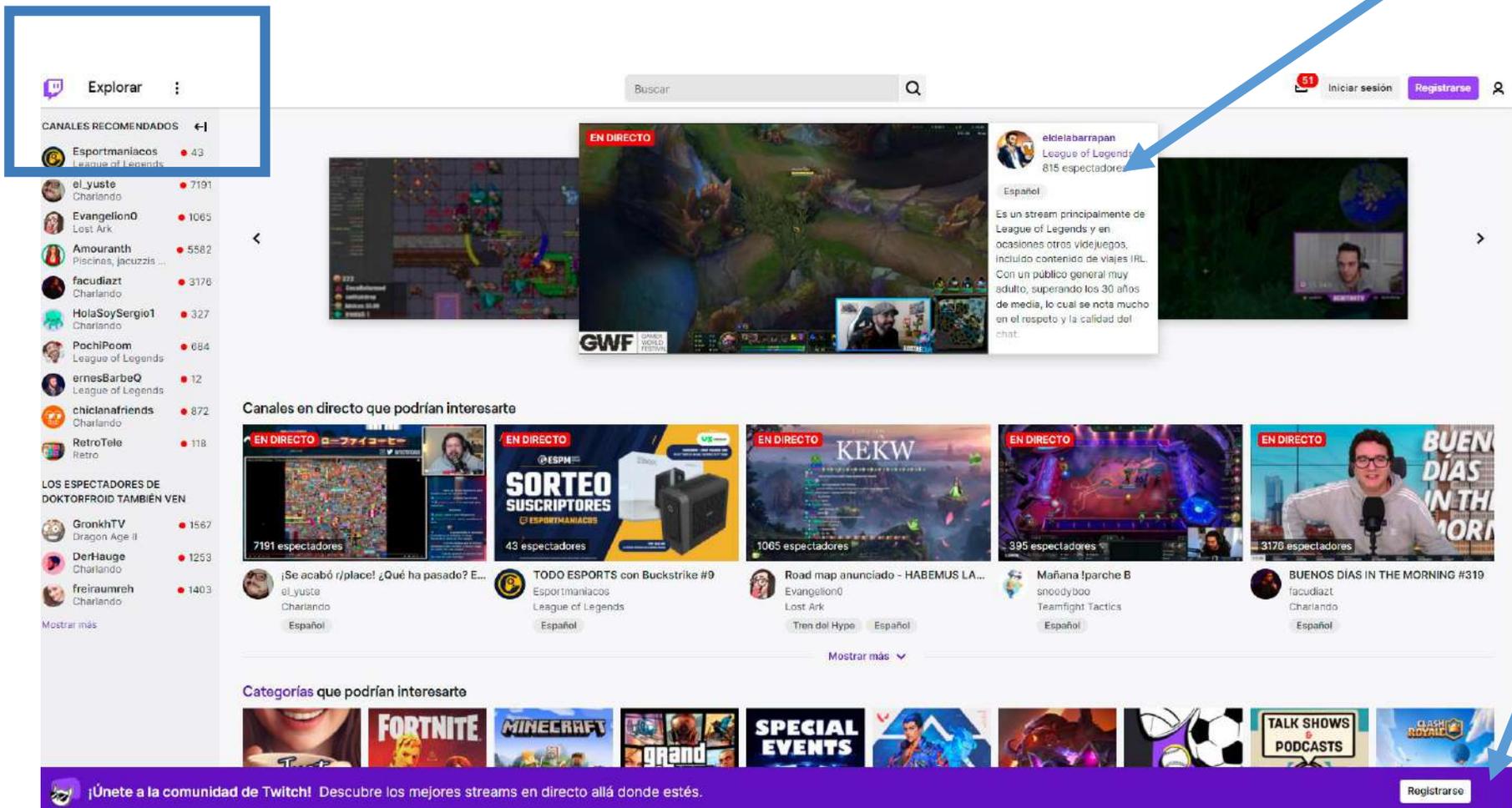
La interfaz

La interfaz

Muestra vídeos en directo que se están emitiendo en ese momento según categorías y canales; la barra superior, donde tendrás las **novedades** de aquellos canales a los que te has suscrito.

También aquí encontrarás **Explorar**, donde puedes descubrir nuevos vídeos y canales.

Además, una vez que te registras en la plataforma, aparece un menú a la izquierda en el que verás todos los canales que sigues y otros que te recomiendan según tus gustos.



Explorar

Buscar

Iniciar sesión Registrarse

CANALES RECOMENDADOS

- Esportmaniacos 43
- el_yuste 7191
- Evangelion0 1065
- Amouranth 5582
- facudiaz 3178
- HolaSoySergio1 327
- PochiPoom 684
- ernesBarboQ 12
- chiclanafriends 872
- RetroTele 118

LOS ESPECTADORES DE DOKTORFROID TAMBIÉN VEN

- GronkhTV 1567
- DerHauge 1253
- freiraumreh 1403

Mostrar más

EN DIRECTO

elcielabarrapan 815 espectadores

Es un stream principalmente de League of Legends y en ocasiones otros videojuegos. Incluido contenido de viajes IRL. Con un público general muy adulto, superando los 30 años de media, lo cual se nota mucho en el respeto y la calidad del chat.

EN DIRECTO

7191 espectadores

EN DIRECTO

SORTEO SUSCRIPTORES 43 espectadores

EN DIRECTO

KEKW 1065 espectadores

EN DIRECTO

395 espectadores

EN DIRECTO

BUENOS DIAS IN THE MORNING #319 3178 espectadores

¡Se acabó r/place! ¿Qué ha pasado? E... 7191 espectadores

TODO ESPORTS con Buckstrike #9 43 espectadores

Road map anunciado - HABEMUS LA... 1065 espectadores

Mañana ¡parche B 395 espectadores

BUENOS DIAS IN THE MORNING #319 3178 espectadores

Categorías que podrían interesarte

¡Únete a la comunidad de Twitch! Descubre los mejores streams en directo allá donde estés. Registrarse

CANALES QUE SIGO

- Desconectado
9 nuevos vídeos
- Desconectado
2 nuevos vídeos
- Desconectado
1 nuevo vídeo
- Desconectado
- Desconectado

Mostrar más

CANALES RECOMENDADOS

- 13.980
Elden Ring
- 512
Stardew Valley
- 424
Destiny 2
- 6893
Fortnite
- 5109
Final Fantasy XIV
- 501
Talk shows y podc...

Mostrar más

EN DIRECTO

bazattak007
Fortnite
337 espectadores

Español

Baza tiene tacto con las personas para hablar con el chat de todo tipo de cosas. Tener una comunidad sana es lo más bonito que ha creado en Twitch.



Canales en directo que podrían interesarte

<p>EN DIRECTO</p> <p>13.980 espectadores</p> <p>!WIKI !MAP CONTINUING ONLY P...</p> <p>Fextralife Elden Ring</p> <p>Inglés</p>	<p>EN DIRECTO</p> <p>512 espectadores</p> <p>Pueblo Pelicano será liberado del ...</p> <p>EricRod Stardew Valley</p> <p>Español</p>	<p>EN DIRECTO</p> <p>424 espectadores</p> <p>Free !Trials Carries (All Platforms)...</p> <p>Lanza Destiny 2</p> <p>Inglés Extensión de mejora</p>	<p>EN DIRECTO</p> <p>6893 espectadores</p> <p>FORTNITE UPDATE NIGHT! @Sy...</p> <p>SypherPK Fortnite</p> <p>Inglés Transmisión conjunta</p>	<p>EN DIRECTO</p> <p>5109 espectadores</p> <p>HERO OF EORZEA VS EW RAID !...</p> <p>Preachfw Final Fantasy XIV Online</p> <p>Inglés</p>
--	---	---	---	---

Mostrar más

Categorías que podrían interesarte



Categorías y etiquetas



Explorar

Juegos



IRL



Música



Esports



Creative



Para poder categorizar los miles de streamings que se suben a Twitch cada día, la plataforma tiene una serie de [categorías y etiquetas](#) que clasifican los contenidos para que aparezcan en los resultados de búsqueda y en las recomendaciones.

Roles en Twitch

Roles en Twitch

Tanto las personas que están suscritas a un canal como las que siguen ese canal pueden ver los streamings.

Entonces, ¿cuál es la diferencia entre uno y otro?

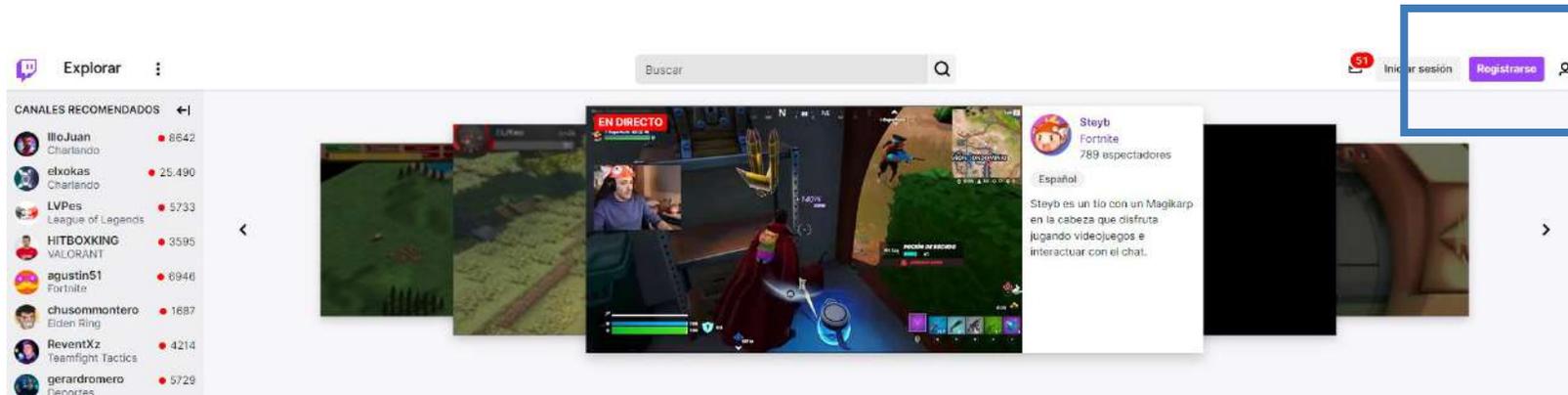
- Los **suscriptores** tienen que pagar mensualmente por ese canal a cambio de verlo sin anuncios, con streamings exclusivos, la posibilidad de hablar de forma privada con el streamer y también tener emoticonos y emblemas.
- En el caso de los **seguidores**, no podrán hacer nada de lo anterior.
- Por su parte, los **generadores de contenido** en esta plataforma pueden ganar dinero si son afiliados o socios.



Cómo registrarse

- Visita la página oficial de Twitch

<https://www.twitch.tv/>



- Una vez allí deberás pulsar en el botón «Regístrate». Lo encontrarás en la parte superior, a la derecha
- Rellena los datos que te pide: nombre de usuario (que puede ser tu tienda), fecha de nacimiento (o de creación del negocio), contraseña y correo electrónico.



- La plataforma te enviará un mail para que verifiques que eres tú quien se está dando de alta
- Ese número de verificación debes introducirlo para seguir con la configuración
- Lo siguiente que debes hacer es seleccionar cuáles son tus intereses
- Por último, te recomendamos que actives la autenticación en dos pasos
- **Y ya está, ya podrás hacer emisiones y empezar a ganar seguidores y suscriptores**



Consejos para Incorporar Twitch a tu estrategia de marketing

- En primer lugar, las **entrevistas** son una de las formas más utilizadas para alcanzar tráfico en Twitch
- Por ejemplo, a través de un influencer o streamer que tenga una audiencia grande
- Ten en cuenta, que esta audiencia debe coincidir con tu público objetivo





- Existe la posibilidad de ganar suscriptores en Twitch a través de la **organización de eventos**.
- Si quieres aumentar el **reconocimiento de marca**, es posible crear un evento en Twitch para difundir contenido relacionado con la misma.



Anuncios

- Twitch ofrece la posibilidad de anunciarte
- Los anuncios aparecen intercalados durante las diferentes transmisiones de otras personas

La aplicación también ofrece un formato de **patrocinios**.

Es decir, llegar a un acuerdo con el streamer o dueño del canal para poder promocionarse durante su transmisión.



A lo largo de la retransmisión en directo se pueden integrar **banners de publicidad** de la marca, bien durante un tiempo aproximado o durante la duración completa del streaming.

- También, a través del chat se pueden enviar **mensajes o interacciones** que hablen sobre la marca o hablando de productos específicos.
- Otra estrategia puede ser conseguir que streamers **mencionen** la marca o ciertos productos específicos.
- **Muestras:** La marca puede facilitar productos a los creadores de contenido para así mostrarlos y crear una imagen de mayor confianza.
- Otro de los contenidos populares donde puede tener cabida el comercio son los **unboxings** donde streamers abren en tiempo real envíos con productos que facilita la marca.



¿Recomendamos Twitch para un comercio electrónico?

¿Es Twitch para un e-commerce?



- El **crecimiento** que está experimentando Twitch lleva a pensar que, en los próximos meses, será aún más popular y aparecerán en la plataforma muchas nuevas temáticas; mucha de ellas, sin lugar a dudas, tendrán relación con el comercio.
- Todo eso, solo por la novedad, puede **atraer a un público** que llegará a tu página y, con ello, puedas **captar una mayor clientela**.



¿Es Twitch para un e-commerce?

- La audiencia de Twitch está concentrada en un tipo de consumidor
- Es una **plataforma predominantemente masculina**
- Se trata de un 70% de hombres y 30% mujeres
- Casi la mitad de la audiencia de Twitch se encuentra dentro de las llamadas **generaciones Y y Z**
- Por lo tanto, si tu contenido, productos y servicios se orientan a este tipo de audiencia, Twitch puede ser un magnífico canal para tu marca



10 claves por las que una marca
debe estar presente en Twitch

1. Multisectorial

1. Multisectorial

Twitch es una plataforma que se dio a conocer entre los jugadores de videojuegos y gamers profesionales.

Su contenido ha estado muy centrado en el gaming, pero en los últimos tiempos ha comenzado a ampliar los sectores.

Así, ha entrado con fuerza en nuevas temáticas como deporte, música, viajes y comercio electrónico en general.

Streams de música para ti



The image shows a grid of four Twitch live stream thumbnails for music. Each thumbnail includes a red 'EN DIRECTO' banner, a viewer count, and a title. Below each thumbnail is the streamer's profile picture, name, category, and tags.

Stream Title	Streamers	Category	Tags	Viewers
Beatmaking por la mañana	BuckFernandez	Música	Español	144
Loops, Live Music & Party	BelenJuradoMusic	Música	Español, Eventos musicales, Canto	190
classical guitar practice & covid	cactusroom	Música	Inglés, Acústica, Músicos	19
InsomniacTV • Livestreams + Live ...	Insomniac	Música	Inglés, Eventos musicales	96
Anime Openings!	OPAnimes	Música	Español	38

2. Acceso a un target específico



2. Acceso a un target específico

- Twitch está dirigida a un **público nativo digital** que no ve los spots publicitarios de la televisión y que utiliza la tecnología para bloquear los anuncios que aparecen en Internet.



3. El castellano esta entre los idiomas más populares

3. El castellano esta entre los idiomas más populares

- El **segundo idioma más popular de Twitch** es el castellano
- Además, tres streamers españoles se encuentran en el top 10 internacional
- El primer idioma es **inglés**, con más de 8 millones de canales en este idioma
- El tercero es el **portugués** con más de 600.000 canales ya que la mayoría provienen de Brasil



4. Aumento en el número de espectadores y emisores

4. Aumento en el número de espectadores y emisores

- La persona que visita Twitch muestra su implicación en la plataforma y **consume de media 95 minutos al día**
- Son fieles seguidores de sus retransmisiones en directo



5. Respaldo por un gigante del e-commerce

5. Respaldo por un gigante del e-commerce



- Amazon adquiere Twitch en el año 2014 por mil millones de dólares
- Desde entonces, las cifras no han hecho más que incrementarse

6. Conexión en directo



6. Conexión en directo

- Al ser una plataforma de *streaming* permite a las marcas **promocionar sus productos en directo**, sin ofrecer posibilidad al consumidor de omitir la publicación.
- Por otro lado, los creadores de contenido interactúan con quienes les siguen y descubren sus **reacciones y gustos** de manera inmediata.
- Además, pueden compartir un **enlace hacia el comercio electrónico** a la vez que están mostrando el producto.
- Permite una oportunidad de *engagement* y conversión con gran potencial.



7. Influencers comprometidos con la temática

7. Influencers comprometidos con la temática

- Los influencers de Twitch tienen un **perfil muy concreto** y están especializados en un área
- Son muy hábiles y **atraen a una comunidad específica** por su personalidad y su habilidad concreta
- Son perfiles muy **comprometidos y conectados** con un público que pertenece a **nichos** particulares



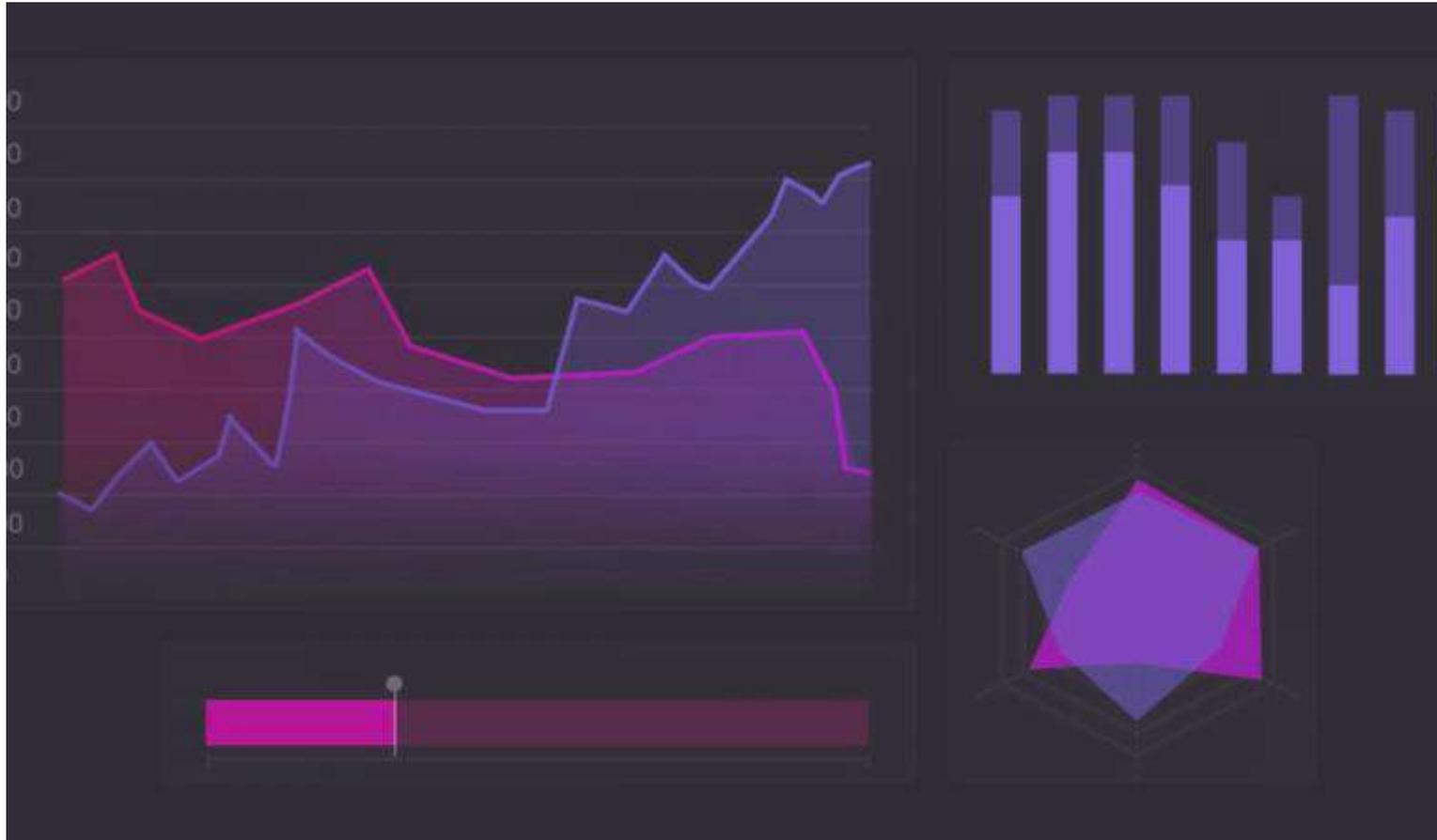
8. Diversos formatos para promocionar una marca

- 
- Shout out o mención
 - Regalos
 - Unboxing
 - Logotipo
 - Chat en directo

9. Permite medir el desempeño



9. Permite medir el desempeño



- Twitch es una plataforma que apoya la conversión al **poder incluir el link directo al e-commerce**
- Permite a las marcas medir el desempeño

10. Live streaming en e-commerce



¿Qué son los Live Streaming en e-commerce?

¿Por qué te lo recomendamos si tienes una tienda online?

- Las ventas en streaming son un nuevo canal de compra en el que el público sigue las *reviews de los productos en directo*.
- Normalmente, suelen realizarlas influencers y la audiencia puede comprar los productos de los que se está hablando.
- Esta estrategia ha funcionado enormemente entre los consumidores chinos y todas las previsiones indican que se extenderá alrededor del mundo.



距离双11不到24小时!

STEP 1 提前充值 抢单快一步
STEP 2 千万优惠券 折上再减100
限时领取

2014

双11会场

双11攻略

值得买

直播厅

关注品牌

嗨，欢迎来到天猫 请登录 免费注册

我的淘宝 我关注的品牌 购物车 0件 收藏夹 手机版 淘宝网 Merchant Information 网站导航

天猫 Tmall.com

11.11购物狂欢节 好货又便宜 想买啥就买啥

搜索

双11必抢好货 底价抢先收藏

打底衫 毛衣 羽绒服 打底裤 童装 男装 内衣

商品服务分类

- 精选市场
- 女装/内衣
- 男装/运动户外
- 女鞋/男鞋/箱包
- 化妆品/个人护理
- 手机数码/电脑办公
- 母婴玩具
- 零食/进口食品/酒
- 大家电/生活电器
- 家具建材

尚天猫

喵鲜生

天猫会员

电器城

天猫超市

医药馆

阿里旅行

天猫国际

羽绒皮衣

男装保暖

食品酒水

美妆狂欢

居家百货

女鞋会场

内衣爆款



10000个摩登品牌

倒计时 仅剩1天

不止 50% OFF

双11女装 好货惊爆疯抢 再不加入购物车就晚了



购物车

购物车

购物车

购物车

购物车

购物车

购物车

购物车

购物车

Las 4 grandes ventajas del streaming online en directo



Las 4 grandes ventajas del streaming online en directo

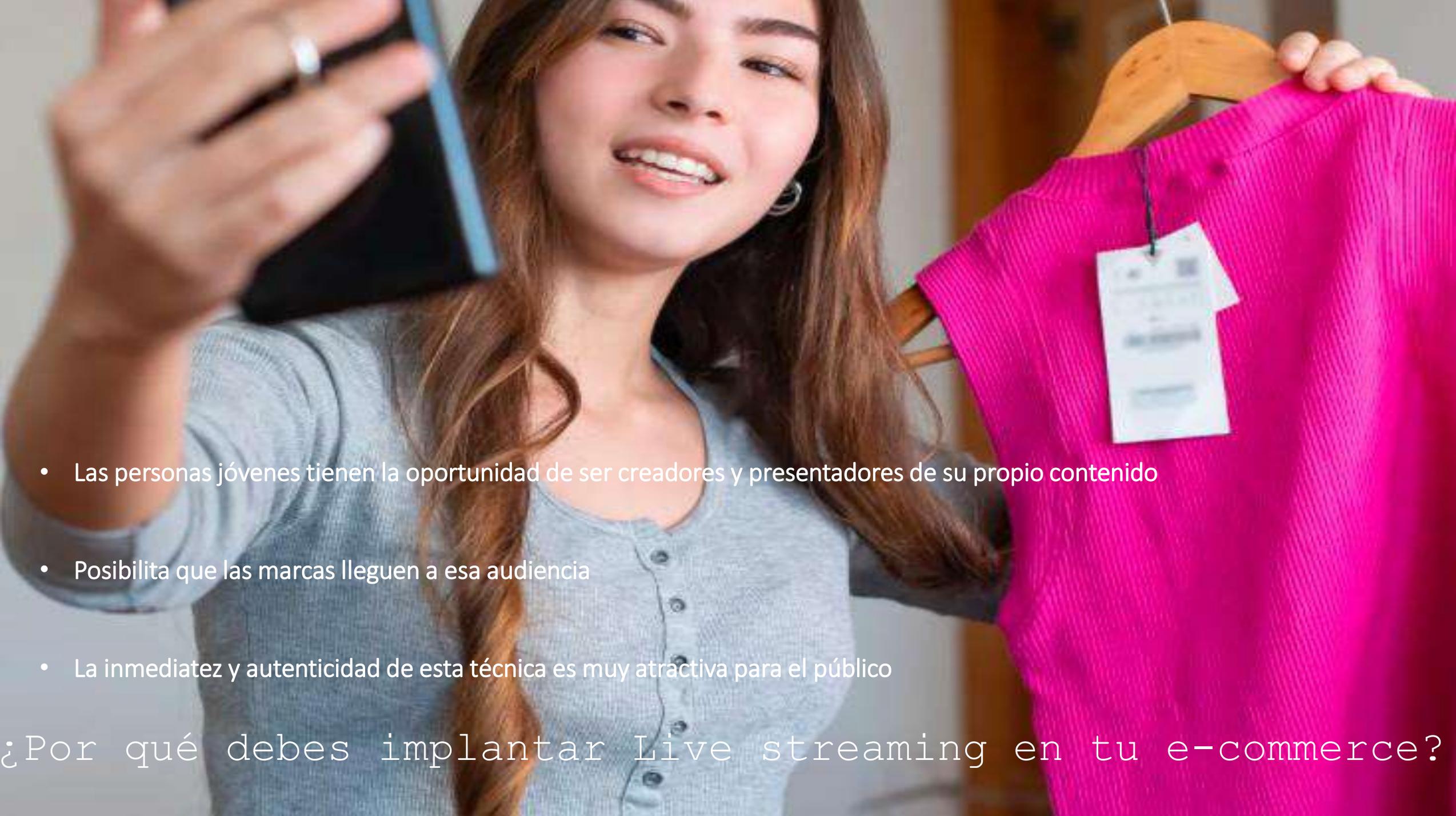
En el caso del live streaming commerce todo es accesible a cualquier empresa, grande o pequeña.

Además, hay otros factores que suman a favor:

- La gente se pasa mucho tiempo navegando online
- Y mucho de ese tiempo es viendo vídeos
- El live streaming e-Commerce **facilita las compras**
- Los streamings en directo para e-Commerce están **personalizados** y suponen **conversaciones bidireccionales**



¿Por qué debes implantar Live streaming en tu e-commerce?



- Las personas jóvenes tienen la oportunidad de ser creadores y presentadores de su propio contenido
- Posibilita que las marcas lleguen a esa audiencia
- La inmediatez y autenticidad de esta técnica es muy atractiva para el público

¿Por qué debes implantar Live streaming en tu e-commerce?

Beneficios de aplicar Live streaming en un e-commerce

Acelera la conversión



Acelera la conversión

- Los vídeos en directo o live streaming en eCommerce son **entretenidos e inmersivos**, lo que hace que los espectadores estén más tiempo conectados.
- También analizan los **customer journey** desde el conocimiento hasta la compra. Además, se pueden utilizar tácticas de tiempo limitado, como cupones únicos, para generar un sentido de urgencia.





Acelera la conversión

- Las empresas que llevan a cabo esta estrategia aseguran que obtienen tasas de conversión cercanas al 30%, **hasta diez veces más altas que en el comercio electrónico convencional.**

Mejora el atractivo y la diferenciación de marca



Mejora el atractivo y la diferenciación de marca

- Los live streaming también **aumentan el atractivo** de un e-commerce y el carácter distintivo de una marca y **atraen tráfico web** adicional.
- Pueden fortalecer el **posicionamiento** entre los clientes existentes y atraer nuevos.



Aumenta el público potencial



Te acerca a tu audiencia

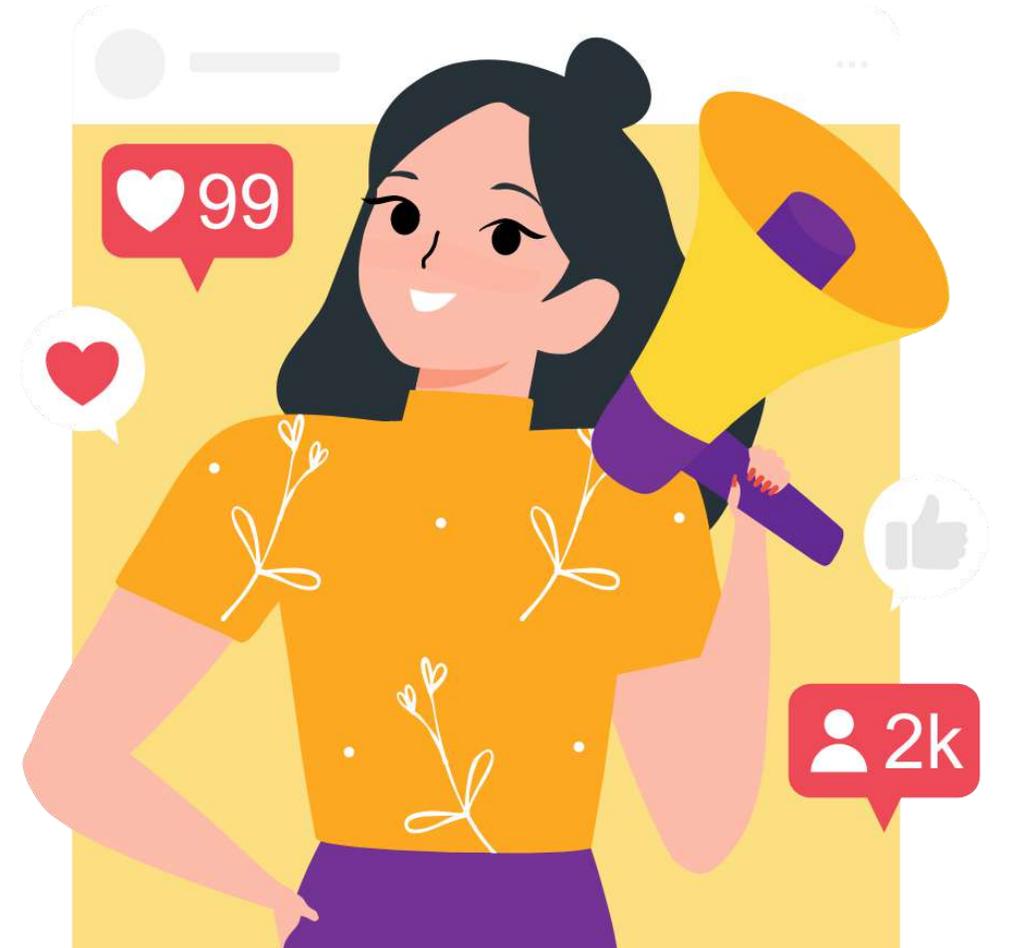


Te acerca a tu audiencia

Los live streaming en e-commerce son una buena forma de promocionar una sesión de **preguntas y respuestas** en directo.

La clave es ofrecer una **continua atención al cliente** y guiarle a través de cualquier dificultad que encuentren.

Además, es una opción muy asequible e incluso gratuita.



Formas de usar el Live streaming para construir una marca

A diferencia de los vídeos tradicionales, los vídeos en vivo permiten una **comunicación directa con la audiencia**.

Las marcas tienden a aprovechar al máximo este factor en los siguientes **tipos de transmisión en vivo**:

- Noticias y comunicaciones de marca, tanto externa como internamente
- Impartir webinars
- Llevar a cabo eventos
- Entrevistas y charlas profesionales en vivo
- Sesiones de preguntas y respuestas
- Promoción y lanzamiento de productos
- Usar influencers para hacer live streamings
- Estrechar relaciones con el público
- Solucionar problemas de la audiencia
- Impulsar comunicaciones internas
- Atraer y reclutar talento



Plataformas de Live streaming más famosas



- YouTube ES
- Inicio
- Explorar
- Shorts
- Suscripciones
- Biblioteca
- Historial
- Mis vídeos
- Ver más tarde
- Tus clips
- Mostrar más

Buscar



En directo

15 M de suscriptores

SUSCRIBIRME

INICIO

INFORMACIÓN

En directo ahora

▶ REPRODUCIR TODO



TN EN VIVO | Mirá minuto a minuto la programación de...

Todo Noticias ✓
41.958 usuarios



¡KLOMBOS de vuelta!
NUEVA ACTUALIZACIÓN...

CREATIVE en Directo! ✓
4283 usuarios



Guido Kaczka y todo el equipo de No Está Todo...

La 100 ✓
10.459 usuarios



Imagen Televisión en vivo

ImagenTV
8006 usuarios



EN DIRECTO NOTICIAS
24H: Toda la INFORMACIÓN...

RTVE Noticias ✓
3878 usuarios



22.korrika ZUZENEAN

eitb ✓
476 usuarios

Como no podía ser menos, la plataforma de vídeos por excelencia encabeza esta lista.

YouTube tiene una audiencia de nada menos que 2 mil millones de usuarios mensuales con 1.000 millones de horas de contenido reproducido al día.

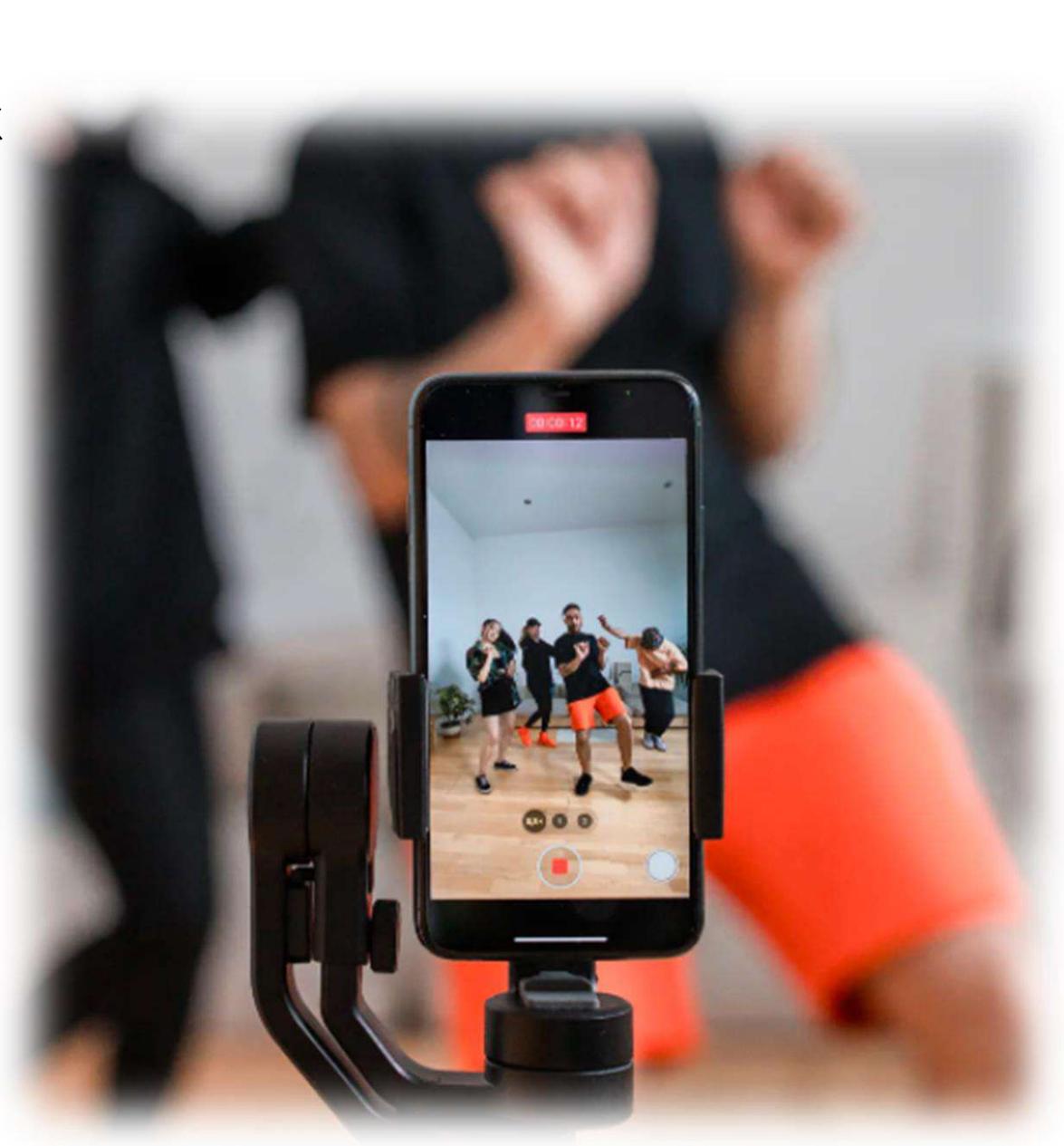


Instagram Live



- Instagram Live ha hecho un mix de lo mejor de Facebook Live y Snapchat
- Independientemente de si hay alguien conectado o no
- Además, es posible personalizarlo de una forma divertida y permite añadir filtros, emojis o incluso decorarlo

- Para hacer DIRECTOS debes tener al menos **1.000 followers** y **más de 16 años**



Facebook Live



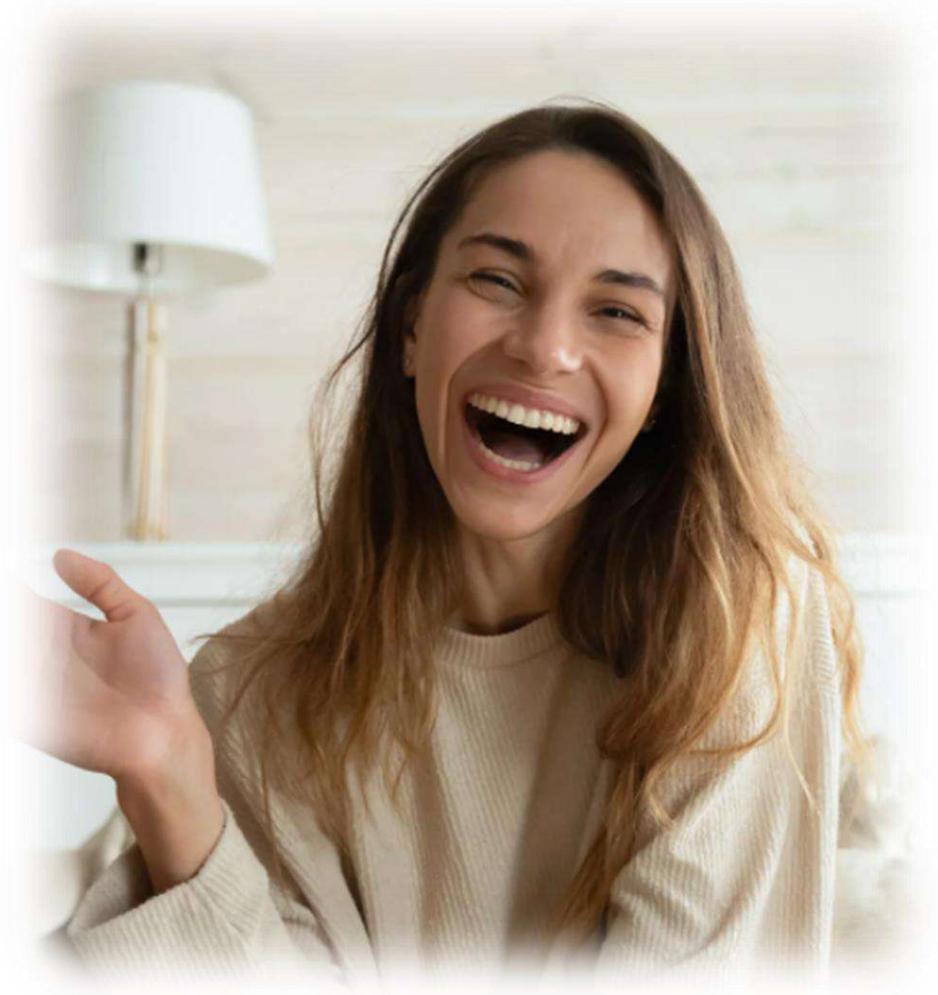
- Permite crear un público concreto y decidir qué tipo de audiencia quieres que vea tus contenidos y vídeos en streaming
- También ofrece la posibilidad de invitar a tus seguidores
- Puedes anunciar antes de vas a estar en directo para que se unan aquellas personas que podrían estar interesadas

¿Qué debes tener en cuenta a la hora de realizar live streaming?



Número de usuarios

El número de personas que utiliza cada plataforma es uno de los primeros puntos que debes revisar antes de decidirte por un servicio u otro.





Revisa cuáles son las especificaciones técnicas de la plataforma.

De este modo, podrás asegurarte de que eres capaz de hacer llegar a tu comunidad la mejor calidad de transmisión.



Opciones de subida y otras características técnicas



Hay plataformas que permiten almacenar las retransmisiones de manera indefinida sin pagar ni un solo euro.

Otras requerirán una suscripción para almacenar contenido después de la emisión



Personalización del perfil

Después de crear tu cuenta,
¿podrás modificar el aspecto de tu página pública?
¿Serás capaz de añadir una biografía o de cambiar
la portada de tu perfil?





Almacenamiento de vídeos

Algunas plataformas fueron diseñadas desde el principio para la emisión de **vídeos en diferido**, como es el caso de YouTube.

Por eso, el **almacenamiento es ilimitado** y no se aplican restricciones.

Otra característica es que podrás combinar vídeos en directo con contenido editado.

Opciones como Facebook Gaming o Twitch están más centradas en el **streaming** y ofrecen menos posibilidades a la hora de almacenar otros contenidos.

Finalmente, las **opciones móviles**, como Instagram Live o TikTok, permiten subir una gran variedad de formatos.

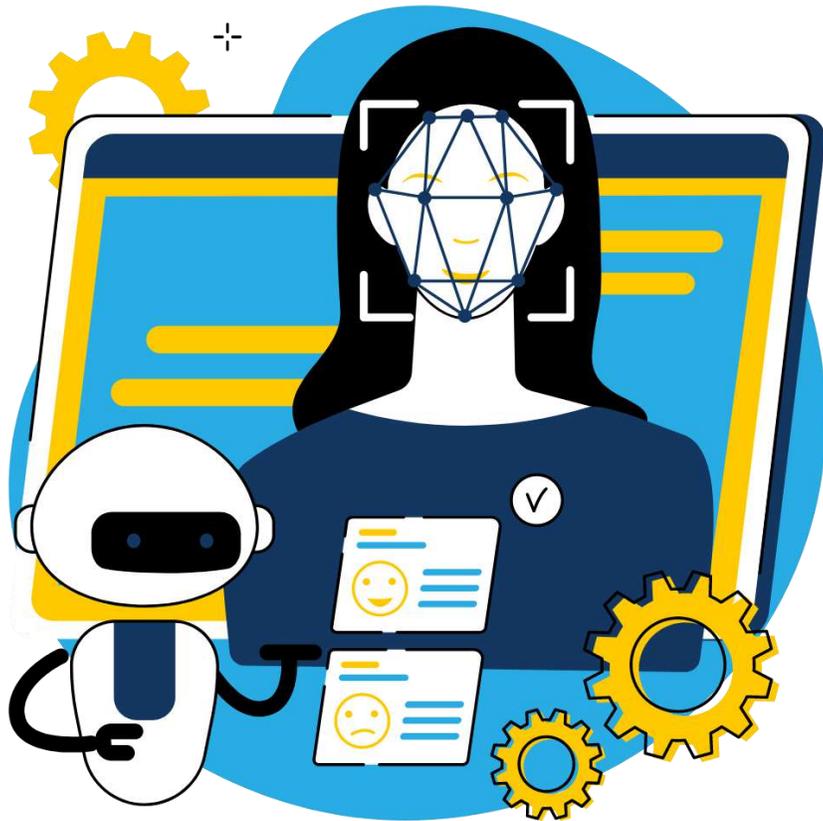
Además de los directos, es posible enviar fotos, vídeos en diferido, historias y más.





- ¿La plataforma por la que te has decidido aplica medidas de censura?
- Algunas son muy estrictas con ciertos contenidos o lenguajes.
- Esto podría jugarte una mala pasada en alguna ocasión.
- Dependiendo de lo que subas, es posible que tu contenido sea borrado, pero también puede que se apliquen restricciones a todo tu perfil.





A medida que vayas ganando seguidores, tendrás más opciones de monetización.

Esencialmente, hay dos maneras de sacar rendimiento económico de tus directos:

- Con publicidad integrada en el propio vídeo
- Monetización usando herramientas del servicio



En general, el modelo de negocio de todas estas empresas se basa en los anuncios.

Nuestro consejo es que compruebes al menos dos cosas a la hora de elegir una plataforma:

- Qué cantidad de anuncios aparecen y de qué tipo son





DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS



www.ctic.es/proyectos/dica

contacto.dica@ctic.es

[@asturiasdica](https://twitter.com/asturiasdica) [@dica.asturias](https://www.instagram.com/dica.asturias) [@DICA.Asturias](https://www.facebook.com/DICA.Asturias)



DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS

