

En Yellowbuzz dicen que es una tendencia que está llegando a Chile

Comercio social le permite conectar con su público

CIRO COLOMBARA C.

“E”l e-commerce se volvió distante y estático. Las marcas pueden vender, no conectar”, dice Bernardita Cruz, CEO de Yellowbuzz, Creative Hub, compañía que partió a mediados del año pasado junto al crecimiento de las tendencias del video commerce y el social commerce. Cruz agrega que este último no solo muestra productos, sino que genera conexión en tiempo real. “Las marcas pueden explicar, responder dudas y construir confianza al instante, lo que impacta directo en las ventas. Además, mezcla contenido y comercio, entretiene, acerca y convierte más que el e-commerce tradicional. Con una estrategia adecuada y también frecuencia, se crea comunidad. Acá volvemos a algo muy básico como ver a alguien, escuchar su recomendación, hacer preguntas y confiar”.

La ejecutiva comenta que, en Europa y en Estados Unidos, el llamado live streaming commerce ya es una tendencia. “A fines del año pasado se sumó México y Brasil con la llegada a esos mercados de plataformas poderosas como Tik Tok Shop. ¿Y qué pasa en Chile? Estamos avanzando en comercio digital, pero aún en etapa inicial en comercio social. Tenemos consumidores muy digitales y marcas que venden online, pero el uso de contenido en vivo para vender todavía está despegando”.

Yellowbuzz es una compañía que desarrolló un ecosistema que incluye estudios de grabación para live streaming, además de alianzas con plataformas y servicios estratégicos.

“Nos definimos como un hub creativo porque aquí convergen marcas, creadores y tecnología en un mismo lugar. No solo vienes a grabar, vienes a crear, a probar, a aprender y a vender”.

En el mes de marzo inauguraron los Pop Up Studios en el mercado MUT, que están equipados con tecnología nivel broadcast, incluyendo cámaras profesionales de live streaming que integran en un mismo dispositivo cámara, computador, audio y sistema de transmisión en vivo. “Eso permite grabar y salir al aire en calidad profesional, incorporando funcionalidades de dirección en vivo, teleprompter, imágenes virtuales y transmisión directa a múltiples plataformas al mismo tiempo. Adicionalmente, nuestros estudios cuentan con paneles acústicos, iluminación y audio profesional, y fondos key croma que permiten reemplazar fondos en tiempo real por cualquier imagen o ambiente: una tienda, un set digital, una campaña de marca, presentaciones. Eso hace que el contenido sea mucho más atractivo, versátil y alineado a cada campaña, sin necesidad de grandes producciones físicas”, detalla Bernardita Cruz.

¿A qué tipo de público apuntan?

“En nuestros estudios tenemos un público amplio. Me refiero, por ejemplo, a emprendedores, pymes y creadores de



Carolina Pinheiro y Bernardita Cruz son las fundadoras de Yellowbuzz.

RICHARD SALGADO

contenido. También a marcas personales y tiendas que quieren conectar humanamente sus productos con sus audiencias, junto con coaches, artistas y profesionales que quieren humanizar su comunicación”.

¿Y entre qué montos van los arriendos de estos espacios?

“Desde \$69.000 IVA incluido los 45 minutos de grabación para fast content y desde \$119.000 pesos IVA incluido los 45 minutos de live streaming”.

En su web mencionan que, entre sus servicios para las marcas, están Estrategia, Diseño de Campañas, Alcance y Engagement. Explicar qué ofrecen ahí.

“Más que servicios aislados, ofrecemos un sistema completo para vender mejor. En estrategia, ayudamos a definir qué vender, a quién y cómo hacerlo en formato live. En diseño de campaña, creamos la idea creativa y el formato para que ese contenido realmente conecte y destaque. En alcance, activamos audiencias a través de consultoría en medios y de creadores, redes y difusión para llevar tráfico real a los lives. En engagement, nos enfocamos a la interacción en tiempo real, que la gente participe, pregunte y se quede, porque ahí es donde ocurre la venta”.

Yellowbuzz

- Web: www.yellowbuzz.cl
- Contacto: Bernardita Cruz
- Mail: bcruz@yellowbuzz.cl
- Instagram: [@yellowbuzzchile](https://www.instagram.com/yellowbuzzchile)

A diferencia del e-commerce, acá no solo se muestran productos. “Se mezcla contenido y comercio. Las marcas pueden explicar, responder dudas y construir confianza”, dice Bernardita Cruz.