

DARWIN & VERNE

NOTA DE PRENSA

Discord, una oportunidad para conectar con la Generación Z

Según señala el estudio ‘Spoilers para entender a la Generación Z en 2022’, realizado por las consultoras Mazinn y Darwin & Verne

Madrid, 4 de julio de 2022.- Discord, el servicio de mensajería instantánea gratuito que en 2015 Jason Citron lanzó a la comunidad gamer, se presenta como una gran oportunidad para conectar con la Generación Z. Así se desprende del estudio [‘Spoilers para entender a la Generación Z en 2022’](#), impulsado por las consultoras Mazinn y Darwin & Verne, en el que se apuesta por esta plataforma como el **nuevo canal donde interactuar con el consumidor joven**.



“Discord, con más de 100 millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo, se ha convertido para los jóvenes en el espacio perfecto para interactuar con personas que comparten sus mismos intereses de forma fácil y en todo tipo de formatos: audio, texto e imagen”, afirma Álvaro Justribó, co-fundador de Mazinn.

Según ‘Spoilers para entender a la Generación Z en 2022’, se trata de una aplicación de chat, similar a programas como Skype, TeamSpeak o plataformas de comunicación profesionales como Slack. “Inicialmente, estaba dirigida específicamente a los gamers, brindándoles formas de reunirse, coordinar el juego y hablar mientras jugaban. Sin embargo, actualmente, acoge a todo tipo de comunidades y territorios activos en internet. Se podría decir que es **la evolución moderna de los foros de toda la vida**”, añade Justribó.

El estudio “Spoilers 2022” resalta que **la Generación Z concibe esta plataforma como la representación más exacta a su forma de concebir las redes sociales**. “Queremos conversar, aportar, participar y recibir contenido útil, no sólo consumirlo de manera pasiva. Sin barreras entre formatos y canales, queremos poder navegar de manera fluida de una conversación por chat a un streaming, un tweet o una videollamada en grupo”, afirman participantes de la Generación Z en el estudio.

Cercana y en tiempo real

El informe concluye que Discord se posiciona como el **canal perfecto donde las marcas podrán interactuar con las comunidades cercanas a sus territorios de interés**, de

forma cercana y en tiempo real. Las funcionalidades de la plataforma permiten que la experiencia sea “algo más que subir un post y esperar los comentarios”, apunta el estudio.

“Es vital entender que Discord **obliga a la marca a ser un agente activo, de forma constante**, en la conversación y **no un mero observador**. La agilidad y la interacción a tiempo real, es un requisito para las comunidades que existen en la plataforma y supone, sin lugar a dudas, **un gran reto para las marcas** que se quieran introducir en ella, al tiempo que **una oportunidad enorme de diferenciarse de sus competidores**”, señala Álvaro Justribó.

Actualmente, en España, pocas marcas han dado el paso y se han introducido en Discord. Sin embargo, existen **grandes ejemplos en el mercado estadounidense** que demuestran la relevancia de esta plataforma: la cadena de comida rápida Chipotle, el artista internacional Kayne West o la NBA, con hasta 46.880 miembros, son la prueba de la pluralidad de miembros (y por tanto de territorios) que están presentes en Discord.

“**Entrar en Discord** no será sencillo, ya que **requiere un gran conocimiento de las dinámicas** de la plataforma. Por este motivo, recomendamos entenderla, consumirla y posteriormente identificar las comunidades relacionadas con los territorios de interés de la marca donde empezar a aportar valor y contenido como un miembro más. **Sin intentar ser el protagonista de la conversación**”, comenta Justribó.

El informe ‘Spoilers para entender a la Generación Z en 2022’ ha sido co-creado con más de 200 jóvenes pertenecientes a la comunidad Z teniendo en cuenta sus testimonios y peticiones a las marcas. El grupo de trabajo es una muestra de la Crew, la comunidad de “zetas” que ha creado Mazinn para proyectos de investigación y co-creación. El estudio recoge las conclusiones extraídas de las entrevistas mantenidas con líderes de opinión y de conversaciones individuales con perfiles diversos tras un proceso de escucha social acerca de los hitos y evidencias culturales más destacados en 2021.

Acerca de Mazinn

Mazinn es una consultora fundada en Madrid por Adrián Ballester, Rafael Magaña y Álvaro Justribó. Su objetivo es crear puentes entre las organizaciones y la Generación Z. Nacida en 2018, su equipo de profesionales está formado por jóvenes de entre 20 y 30 años. Mahou, El País, Paradores de Turismo, Ayuntamiento de Torrelodones, Vallformosa o Grupo Antolín son algunos de los clientes para los que han trabajado.

Acerca de Darwin & Verne

Darwin & Verne es una consultora creativa de marca y una de las agencias independientes más destacadas de España. Actualmente es la quinta agencia independiente por volumen de inversión gestionada (según Infoadex 2020), y la segunda agencia integrada de España con los clientes más satisfechos (AgencyScope 2020-21). Este estudio sitúa a Darwin & Verne en el primer puesto del ranking de agencias en España en siete atributos, entre los que cabe destacar Buen equipo de Profesionales, Eficacia Resolviendo Problemas y Buen Servicio de Cuentas, según la valoración de sus clientes.

Darwin & Verne es la agencia española de la red internacional de agencias independientes ICOM, con presencia en más de 60 mercados en todo el mundo.

Para más información:

Rocío Hernández

prensa@darwinverne.com

Móvil: +34 639 51 84 74

Web: www.darwinverne.com

Twitter: <https://twitter.com/DarwinVerne>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/darwin-verne/>

Instagram: https://www.instagram.com/darwin_y_verne/