

Análisis Chocolinas (instagram)

- Chocolinas transmite valores como alegría, espontaneidad y calidez, y apela al placer mostrando cómo el sabor de sus productos se relaciona con momentos de felicidad y disfrute personal. La marca busca que incluso un día común se transforme en algo más especial, como un pequeño premio o un momento de alegría inesperada.
- Su tono comunicacional es cercano, juvenil y divertido, usando un lenguaje fresco y amigable que hace que el público se identifique con la marca y sienta que forma parte de esos instantes de placer y complicidad que propone.
- En Instagram, los formatos predominantes de Chocolinas son los posts de imágenes, generalmente con una o dos fotos, y algunos Reels mostrando recetas o formas de disfrutar sus productos.
- Su contenido principal es promocional, ya que la mayoría de las publicaciones son imágenes del producto que buscan generar placer y deseo de consumirlo. El contenido de valor es bastante menor, limitado principalmente a Reels de recetas. En cuanto al contenido de comunidad, se basa principalmente en sorteos, y la interacción con el público suele ser escasa, aunque existe en algunos casos. Por ejemplo, la marca invita a comentar cuál es tu receta favorita o de qué forma prepararás la Chocotorta (con café o leche).
- Personalmente, me parece interesante y acertado cómo, tras el lanzamiento de nuevas Chocolinas, el branding de la marca en Instagram cambió notablemente. Antes, las publicaciones eran principalmente imágenes de productos sin texto, con un estilo más simple y colores como azul y cian. Con este lanzamiento, la marca comenzó a utilizar predominantemente colores amarillos y violetas, manteniendo una coherencia visual entre sus publicaciones. Además, las publicaciones se volvieron más dinámicas y divertidas, adoptando un tono cercano, fresco y amigable, más orientado a la conexión con el público, por ej: “La solución a todos tus problemas” y una foto de una porción de chocotorta.