

ANEXO C. RESUMEN DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE SM ENTERTAINMENT: EL CASO DE EXO

ERA Y ACTIVIDADES REALIZADAS	MAMA	XOXO - GROWL	OVERDOSE	EXODUS - LOVE ME RIGHT
	<i>Teasers</i> en Youtube — 23 vídeos en total.	Imágenes promocionales a modo de <i>teaser</i> .	Imágenes promocionales a modo de <i>teaser</i> .	Extensa estrategia por medio de teasers — EXO Pathcode.
	Compartir contenido en RRSS.	Uso de RRSS por parte de los miembros — Instagram.	Uso de RRSS.	Mayor participación en redes sociales.
	Promoción simultánea en dos países — División del grupo en sub-unidades.	Promoción conjunta — Grupo de 12 miembros.	Promoción conjunta las primeras semanas — Más tarde se dividen en sub-unidades.	Promoción conjunta — Se recalca la importancia de la unión de los 10 miembros.
	Concepto narrativo — Creación de un universo ficcional en torno al grupo.	Adaptación del concepto narrativo establecido — Adquiere nuevos matices.	Innovación del concepto. Se continúa la historia con un contexto diferente.	Se continúa con el concepto del grupo, añadiéndole nuevos aspectos.
	Trasladar el contenido a las calles — Paso de la furgoneta de EXO por Seúl.	Teaser del vídeo musical principal.	Adelanto de las canciones del álbum por medio de Youtube.	Juego de pistas con los fans para llegar al contenido que se ofrece.
	Participación en programas de TV.	Participación en programas de televisión — EXO Showtime.	Participación en programas de televisión — XOXO EXO	Programas de televisión, concursos, competiciones...
	Adelanto de contenido — Canciones prólogo: What is love? y History.	Nuevo contenido audiovisual — Versión drama de los vídeos musicales.	Asociación con otras marcas — Samsung Music.	Protagonizan su propia web serie — EXO Next Door.
	Actuaciones en directo.	Participación en medios de comunicación	Primera gira de conciertos — EXO Planet #1:	Continúa la gira de conciertos. Visitan EEUU y

		instantánea — LINE.	The Lost Planet	Canadá.
	Videos musicales con una coreografía y puesta en escena impecable.	Extensión de la promoción de la era con una nueva canción — Versión extendida del álbum.		Extensión de la promoción de la era con una nueva canción — Debut en Japón.
	Contenido en diferentes idiomas — Coreano, chino y en menor medida, inglés.	Contenido en diferentes idiomas — Coreano, chino y en menor medida, inglés.	Contenido en diferentes idiomas — Coreano, chino y en menor medida, inglés.	Contenido en diferentes idiomas: Comienzan a expandirse con el uso del japonés.

Tabla 2. Resumen del análisis de las principales actividades promocionales de SM Entertainment durante las cuatro eras de EXO. Elaboración propia.