

Cyberclick publica las 40 tendencias que cambiarán el marketing online este 2017

La publicación recoge las mejores voces expertas del marketing digital, tanto internacionales como españolas. Se destacan las tendencias más importantes en Redes Sociales y Social Ads, Marketing de Contenidos, Inbound Marketing, Email Marketing y SEO.

Estamos en los inicios de 2017 y tenemos por delante todo un año prometedor, con muchas tendencias en marketing digital que están por consolidarse o venir. Cyberclick ha publicado un compendio titulado "40 tendencias y predicciones de marketing online 2017", donde se recogen las novedades más importantes en email marketing, publicidad en redes sociales, marketing de contenidos, SEO, inbound marketing y sobre el sector en general. Los autores se han basado en su experiencia profesional para redactar el e-libro y también han consultado diferentes fuentes expertas, tanto internacionales como nacionales.

El marketing digital está teniendo mucho éxito en estos últimos tiempos, debido a la gran explosión de internet. El 78,7% de la población española entre 16 y 74 años se conecta habitualmente a la red. Destaca que el móvil es el principal dispositivo a través del cual se conecta la gente, según la última edición del informe La Sociedad de la Información en España.

Las redes sociales tienen un uso masivo, junto con las aplicaciones de mensajería instantánea, además, los comercios en red (ecommerces) ganan mucho peso en la sociedad de consumo gracias a la creciente desaparición del miedo a comprar a través de internet.

Viendo este panorama favorable, no es de extrañar que este año la previsión de la inversión publicitaria en medios digitales (40%) va a superar a la realizada en televisión (36%), según un estudio presentado por IPG Mediabrand.

"Veremos como el marketing digital despunta por encima de otros soportes publicitarios no digitales y más clásicos, ya que varias generaciones viven interconectadas. Los expertos en marketing debemos adaptar nuestra estrategia al comportamiento del público y usar a nuestro favor las nuevas tecnologías, para mejorar las acciones y con ello el ROI. Es importante saber siempre cuáles son las tendencias que repercutirán en el marketing digital, que en su gran mayoría vienen de Estados Unidos" afirma David Tomás, director general de Cyberclick.

De todas las novedades que se recogen en la publicación digital, destacan estas 10:

1. La proliferación de agencias especializadas en el análisis de datos. El 10% de lo que se invierte en

publicidad digital se gasta en anuncios que nadie ve. Este tipo de fraude llega a estafar a las marcas entre un 10% y un 30% del presupuesto mundial. Por esto, han empezado a surgir agencias especializadas en análisis de datos y compañías de software que bloquean el tráfico fraudulento, lo detectan y limpian de los resultados finales.

2. Vídeo vertical. Usamos los dispositivos en formato vertical, esto ha llevado que cada vez más empresas apuesten por formatos audiovisuales de consumo vertical. Esto facilita que mejore la experiencia del usuario y que no tenga que hacer el “esfuerzo” de girar el móvil (puede sonar a banal, pero facilitar la usabilidad al internauta retiene más al consumidor).

3. Object based targeting. Esta tecnología nace del equipo de desarrolladores de Snapchat. Su algoritmo, aplicado a beneficiar la publicidad de esta red social, es capaz de reconocer los objetos que los usuarios han colgado en su perfil social y mostrar después anuncios basados en ese objeto.

4. Los chatbots. Se están convirtiendo en una gran sensación. Su uso se extenderá a lo largo de 2017 y los usuarios podrán comunicarse con los servicios de atención al cliente de las marcas a cualquier hora. Eso sí, deberán mejorar en la naturalidad de las conversaciones y que estas se adapten a las peticiones humanas.

5. La publicidad en Instagram y Facebook. Mark Zuckerberg quiere facilitar a las empresas el uso de las dos redes sociales en sus campañas sociales. Creando acciones de marketing combinadas y que se retroalimenten positivamente entre ellas.

6. Redes sociales virtuales. Las redes sociales en sí no son ninguna novedad, pero con la llegada de la realidad virtual darán un salto evolutivo bastante importante, hacia algo más parecido a la ciencia ficción que a la realidad ahora mismo. Las plataformas sociales virtuales prometen una experiencia mucho más personal, incluso sin estar cerca, mediante visores de realidad virtual que permitan la representación de otras personas e interactuar de forma directa.

7. Creación de contenidos a tiempo real. Hasta hace poco los contenidos de una marca se decidían con bastante antelación. Con una previsión de semanas y meses. Pero muchos profesionales del marketing se han dado cuenta que esta práctica está quedando desfasada. Las novedades en el entorno digital son noticia al momento de ser publicadas y poco tiempo después viene otra novedad que desbanca la anterior. Esto provoca una revisión constante de la planificación de contenidos y adaptación a lo que en ese momento es noticiable.

8. Inteligencia artificial sumada a la automatización de contenidos. La automatización permite facilitar los procesos de marketing, la ejecución de las campañas, los flujos de trabajo (workflows), la administración de forma eficiente del tiempo, el contacto con los clientes de forma personalizada y una optimización general de muchos procesos. Si a la ecuación le sumas la inteligencia artificial conseguirás que la propia programación tome decisiones a tiempo real y mejore todos los procesos de forma inteligente.

9. SEO App Marketing. Este concepto globaliza dos estrategias de posicionamiento, como son el ASO y el app indexing. El primer concepto es el proceso de optimización para que una aplicación móvil se posicione entre los primeros resultados de las tiendas de apps. Y el segundo nos habla de la indexación de las aplicaciones en el buscador de Google.

10. Link Baiting. Es una estrategia de posicionamiento web que se basa en la obtención de enlaces entrantes a través del contenido, imponiéndose al link building.

Autores:

David Tomás. Ingeniero, director general y cofundador de Cyberclick. Empresa pionera en España en Performance Marketing, Email Marketing, Marketing Móvil, Social Ads y Publicidad Nativa. Es emprendedor, business angel y mentor de startups con base tecnológica. También es profesor de Marketing Digital en EADA Business School e ICEMD.

Laia Cardona. Licenciada en Periodismo por la Universidad de Vic y Posgrado de Realización Audiovisual por la Universidad Ramón Llull. Especializada en comunicación corporativa. Es responsable de proyectos de contenidos digitales, relación con los medios y community manager. Lleva la comunicación y el marketing en Cyberclick.

Alba Fraile. Licenciada en Publicidad y RRPP por la Universidad de Barcelona y Project Manager certificada por McGill University en Montreal, Canadá. Experiencia en marketing digital, comunicación y creación de contenidos a nivel internacional. Responsable de marketing digital en Cyberclick.

Información del libro digital:

Título: 40 tendencias y predicciones de marketing online 2017

Editorial: Cyberclick Academy

Precio: Descarga gratuita

29 páginas

Enlace de descarga:

Edición español

English edition

Datos de contacto:

Laia Cardona

Responsable de Comunicación en Cyberclick

935088234

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>