

‘Usar las redes sociales se volverá obsoleto en 2019’, mantienen en TusIdeas

El marketing digital no se detiene ni por un instante, y numerosos expertos afirman que 2019 será un año en el que las tendencias emergentes seguirán amplificándose y acelerándose. En medio de un contexto en el que los rápidos cambios son la única constante, saber qué depara el futuro es incluso más importante que saber dónde se está

"Hace unos años tenía sentido ‘utilizar’ la publicidad digital. Pero eso fue antes de que todos ‘hablaran socialmente’, antes de la adopción generalizada de Internet y antes de que las redes sociales fueran el objeto más nuevo y brillante en el universo digital. En aquel entonces, los ciclos de vida de las campañas y los viajes de los consumidores podían identificarse claramente, segmentarse cuidadosamente y evaluarse con precisión. En ese entonces, tenía sentido ‘usar’ las redes sociales para llegar a los consumidores" afirma Nacho García, Director web de TusIdeas.

Según los expertos de esta agencia de marketing ubicada en Madrid, en el contexto de la ‘conectividad’ digitalmente omnipresente que caracteriza al consumidor conectado de hoy, los profesionales de marketing deben comprender la idea de que la idea de ‘usar’ las redes sociales está obsoleto. Esto no se debe a que los consumidores sean menos sociales, sino porque se están volviendo más sociales en términos de una mayor conectividad digital a través de múltiples puntos de contacto y en sus relaciones con las marcas y otros consumidores.

"En otras palabras, en 2019 veremos un cambio generalizado de una mentalidad de ‘uso’ de las redes sociales a una mentalidad de adaptación y prosperidad en un ecosistema donde un consumidor altamente conectado, social y empoderado es el objetivo. Este año, los profesionales del marketing no deberían ver las redes sociales como un canal en el que pueden ‘navegar’ con mayor o menor éxito, sino como las nuevas calles comerciales por las que tanto consumidores como marcas pasean cada día", explica Nacho García.

A medida que el tiempo avanza, los departamentos de marketing se enfrentan a una constante presión sobre los ingresos, una diversidad vertiginosa de distintos tipos de clientes, mercados, canales y productos. Este año, el marketing integral dejará de verse como un posible enfoque y pasará a ser el enfoque que deben adoptar las marcas si desean tener éxito en el mercado.

"Más que saber qué debe hacerse ahora, saber qué depara el futuro es la diferencia entre competir y liderar el mercado. 2019 será un año de cambios, que tendrán implicaciones dramáticas para el futuro del marketing y a los que las marcas deberán adaptarse para poder sobrevivir", concluye el Director web de TusIdeas.

Datos de contacto:

TusIdeas
<https://www.tusideas.es/>
915 227 148

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>