

2017, un nuevo año para el marketing digital

Su papel ha evolucionado y lo seguirá haciendo al mismo ritmo que cambia el comportamiento de los clientes/usuarios en este medio

Comienza un año, y con él nuevas tendencias. En marketing digital también, la primera cuestión sería ¿Va a reemplazar el marketing online al marketing tradicional? La respuesta es no. Ambos seguirán conviviendo puesto que los usuarios no están las 24 horas del día inmersos en el mundo digital.

Pero el marketing online va a seguir creciendo en los próximos años y durante este 2017. Su papel ha evolucionado y lo seguirá haciendo al mismo ritmo que cambia el comportamiento de los clientes/usuarios en este medio.

Móviles y comercio electrónico en el puesto número 1

En realidad las nuevas tendencias ya se encuentran entre nosotros. Ya no nos sorprende que de un día para otro, una aplicación realice un cambio para mejorar la experiencia del usuario, y por lo tanto, también repercuta en las campañas de marketing digital.

El móvil continuará jugando un papel importante. Lugar donde se encuentran los potenciales clientes, que se han convertido en consumidores mejor informados y más exigentes. No hay que olvidar el aumento de las compras a través de nuestros dispositivos.

Diversos estudios sobre el comportamiento de los consumidores españoles, reflejan que el volumen de comercio electrónico alcanzó más de 20.000 millones de euros. Y con él el gasto medio realizado por los internautas aumentó al igual que la frecuencia de las compras. Por lo tanto, en 2017 el Mobile Marketing será una de las apuestas para promocionar productos y servicios.

Big data

Big Data ha focalizado la atención de los expertos en tecnología de la información y la comunicación. Por resumir este concepto lo definiremos como las tres "V": velocidad, variedad y volumen por las que se le reconoce, pero no dejamos de referirnos a datos, información que se mueve en Internet.

Aprender a gestionar tal volumen de datos, es fundamental para los objetivos de cualquier campaña de marketing. Los consumidores contemporáneos navegan a diario y ofrecen una enorme cantidad de información como: quiénes son, sus intereses, sus relaciones, dónde compran, etc. Esta información o inteligencia empresarial puede ser utilizada para crear perfiles precisos de los consumidores.

Conclusión

Desde hace unos años, el marketing ha dejado de ver al mercado como segmentos abstractos para empezar a verlos como individuos con gustos particulares.

La comunicación ha comenzado a ser personalizada y en tiempo real ya que el consumidor se ha convertido en un ser un coproductor de la información. El marketing digital en 2017, seguirá escuchando a sus clientes en la red si pretende llegar a ellos y ofrecer mensajes válidos.

La noticia El marketing digital en 2017 fue publicada originalmente en Pymes y Autonomos por Joana Sánchez .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>