

5 tendencias del marketing interactivo y promocional para este 2023

Easypromos apuesta por 5 tendencias de marketing interactivo y promocional que se vislumbran para este año, como el brand entertainment, el contenido IA en los sorteos y la creación de bases de datos propios como nueva prioridad.

Desde Easypromos creen que las marcas ya han asumido que deben construir una complicidad con su público más allá de la publicidad tradicional. Carles Bonfill, CEO de Easypromos, lo explica: "Las promociones interactivas digitales van a dejar de ser una acción táctica y puntual, para convertirse en uno de los ejes estratégicos sobre los que pivotar las políticas de captación y fidelización de las empresas. Por eso Easypromos recomienda estar atentos a estas tendencias y empezar el año con vocación de explorar y experimentar, porque considera que es la única vía para superar la incertidumbre del contexto económico actual. (Ver infografía resumen adjunta)

Este es un resumen de las 5 tendencias de marketing interactivo y promociones online que Easypromos augura para 2023:

Brand entertainment o como la marca genera entretenimiento

Las acciones lúdicas generadas por la marca, con premios y diversión, serán una nueva forma para las marcas de conectar con su audiencia. Generar acciones de entretenimiento es ahora mismo mucho más fácil que años atrás, y toda marca puede desarrollarlas. Existe también un cambio de estrategia: en vez del impacto publicitario tradicional se busca establecer un vínculo emocional con la audiencia.

Creación de base de datos propios

Aunque Google intente demorarlo, el mundo cookieless está cada vez más cerca, y las marcas empiezan a priorizar la generación de bases de datos propias, que le servirán para las futuras acciones de marketing, tanto en redes como en medios propios. También adquiere mucha importancia el "profile enrichment" o enriquecimiento de perfiles, que porque obtener tanta información como sea posible del usuario o cliente será esencial para mejorar la conversión.

Promociones integradas con CIAMs

Las marcas con una estrategia de customer centricity más madura están trabajando con CIAM, plataformas que permiten a las empresas gestionar y proteger la identidad de sus clientes en línea. Esto incluye la gestión de usuarios y contraseñas, la verificación de la identidad y el control de acceso a ciertos recursos o servicios. Las promociones interactivas se integran con los CIAMs (Customer Identity and Access Management) para generar acciones de fidelización de forma mucho más rápida y escalable que con aplicaciones promocionales desarrolladas ad-hoc.

Sorteos automatizados en Stories

Este 2022 Easypromos ya ha lanzado una solución automatizada de sorteos en Instagram Stories, y la plataforma de marketing interactivo cree que este tipo de promoción irá en aumento por dos motivos:

porque permite más visualización y engagement, y porque permite a los usuarios participar en acciones de marca sin tener que publicar en su feed personal, lo que generaba una barrera de participación.

Generación de contenido con IA

La Inteligencia Artificial (IA) es una tendencia en muchos ámbitos, y se verá también implementada en los sorteos de redes sociales, en los juegos promocionales y en las dinámicas de asignación de premios directos. La IA será una ayuda tanto para la generación de imágenes y vídeos de recurso como para la redacción de textos, bases legales y automatización de las versiones multiidioma.

Datos de contacto:

Sílvia Martí Ferrer
6531305037

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>