

Kolsquare: La inteligencia artificial será protagonista en las estrategias de marketing de 2024

El uso de la inteligencia artificial, el marketing de influencers y el marketing basado en valores, serán algunas de las estrategias empresariales que tendrán más éxito en 2024 para conectar con las audiencias clave. Se verá el auge del 'marketing 6.0' centrado en desarrollar una lealtad constante de los clientes hacia una marca mediante la innovación, la personalización y la creación de experiencias

Kolsquare, plataforma líder de Europa para Influencer Marketing, ha publicado su nuevo informe Tendencias del Marketing de Influencers para 2024. En el estudio se dan a conocer una serie de oportunidades y desafíos para los profesionales del área de cara al futuro próximo. A su vez, se repasan las principales tendencias que irrumpirán con fuerza en el sector del marketing durante el 2024. (Descargar Informe aquí)

Tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad aumentada, la búsqueda por voz o los chatbots seguirán modificando la forma en la que los consumidores interactúan con las marcas. Sin embargo, la personalización y la experiencia del cliente seguirán siendo los principales pilares de las estrategias de marketing durante el próximo año.

"En este sentido, el marketing de influencers seguirá teniendo un lugar protagónico para conectar con las audiencias objetivas y transmitir de forma más efectiva los mensajes de marca", afirma Ana Moyano, Marketing Strategist de Kolsquare. Así mismo, apunta a que "la confianza de los creadores de contenido ante sus audiencias en diferentes nichos se ha consolidado, lo que permite a las marcas llegar de forma más contundente y creíble a ellas".

La generación Z y el marketing basado en valores

El informe apunta a que los consumidores cada vez valorarán más las marcas que están alineadas con sus valores y principios personales. Esto ocurre con mayor incidencia en la generación Z, donde estudios han demostrado que este segmento de la población se muestra un 36% más dispuesto a adquirir productos de marcas alineadas con sus valores ya que 'disfruta de comprar' productos que son compatibles con sus creencias sociales y políticas. "Ante este escenario, las marcas comenzarán a posicionarse sobre temas claves como los sociales o medioambientales y se comprometerán a tener un impacto positivo en el mundo", señala Ana Moyano.

El nuevo marketing 6.0

El marketing ha experimentado una gran evolución durante la última década. En el marketing 1.0 el enfoque principal estaba en el producto y en la producción y en el 2.0 su foco estaba puesto en el usuario. En el 3.0 puso el foco en los valores y las personas, mientras que en el 4.0 se integraron los datos, con la revolución digital, el Big Data, las herramientas de CRM y la automatización del mercado. El marketing 5.0, en tanto, marcó un cambio al integrar el lado emocional de los consumidores, convirtiéndolos en embajadores de la marca y respaldando causas justas. Integró el marketing sensorial para involucrar los cinco sentidos del consumidor y promovió una interacción más

profunda e invasiva, pero no intrusiva.

¿Y qué cambios está marcando el nuevo marketing 6.0? Esta nueva tendencia representa un compromiso empático con el cliente, reconociendo que las compras son cada vez más impulsivas y en donde la lealtad de los clientes será el objetivo de las marcas. "La lealtad del cliente se conseguirá mediante estrategias de marketing enfocadas en la innovación, la personalización y sobre todo en la precisión en la creación de experiencias de marca para los clientes", afirma Ana Moyano.

Las principales tendencias del marketing español para 2024

El marketing de influencers seguirá siendo protagonista el próximo año. Los influencers, gracias a su capacidad de conectar con millones de seguidores, seguirán estando en la escala más alta de las estrategias de publicidad. Los consumidores seguirán confiando en las recomendaciones de los creadores de contenido, especialmente los más jóvenes.

¿Y qué cambios está marcando el nuevo marketing 6.0? Esta nueva tendencia representa un compromiso empático con el cliente, reconociendo que las compras son cada vez más impulsivas y en donde la lealtad de los clientes será el objetivo de las marcas. "La lealtad del cliente se conseguirá mediante estrategias de marketing enfocadas en la innovación, la personalización y sobre todo en la precisión en la creación de experiencias de marca para los clientes", afirma Ana Moyano.

¿Y qué cambios está marcando el nuevo marketing 6.0? Esta nueva tendencia representa un compromiso empático con el cliente, reconociendo que las compras son cada vez más impulsivas y en donde la lealtad de los clientes será el objetivo de las marcas. "La lealtad del cliente se conseguirá mediante estrategias de marketing enfocadas en la innovación, la personalización y sobre todo en la precisión en la creación de experiencias de marca para los clientes", afirma Ana Moyano.

Las principales tendencias del marketing español para 2024

El marketing de influencers seguirá siendo protagonista el próximo año. Los influencers, gracias a su capacidad de conectar con millones de seguidores, seguirán estando en la escala más alta de las estrategias de publicidad. Los consumidores seguirán confiando en las recomendaciones de los creadores de contenido, especialmente los más jóvenes.

Por último, la personalización de anuncios publicitarios será otra de las tendencias para el 2024 gracias a la materialización de la explotación de datos mediante la inteligencia artificial. "Las marcas conectarán con sus clientes mediante anuncios altamente relevantes y personalizados para cada uno de ellos, lo que aumentará la eficacia de las campañas", señala Ana Moyano.

Descargar Informe Tendencias del Marketing de Influencers en 2024

Datos de contacto:

Montse
Byte PR

667242368

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

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Madrid](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>