

Las 5 principales tendencias del marketing digital para 2022, por NOTA DIGITAL

El marketing digital se está evaluando de forma meteórica. En este artículo, se presentan 5 tendencias clave de marketing a las que hay que prestar atención este año Desde Nota Digital, se muestran las nuevas tendencias de marketing que pueden reconfigurar el futuro digital.

Desde el comienzo de la pandemia y la recesión de 2021, el mundo del marketing no ha dejado de evolucionar. Las tendencias de marketing digital de 2022 serán de las más revolucionarias.

Pensar en la pequeña red social TikTok, que ha arrasado entre los usuarios de la Generación Z. Hoy en día, TikTok es una de las principales plataformas de medios sociales a las que cualquier negocio debería aspirar para promocionar sus productos.

El futuro de las finanzas también está cambiando con el auge y la creciente popularidad de las criptomonedas. Google también ha anunciado que eliminará todas las cookies de terceros para 2023.

La tecnología está cambiando mucho, y todo ello afecta en gran medida al sector del marketing digital.

A continuación, se muestran las principales tendencias:

1. Video marketing

El video marketing se está convirtiendo en la parte más impresionante del marketing digital. Según las estadísticas, se trata de una tendencia a la que todas las empresas que utilizan el marketing deberían prestar atención si se desea competir en el sector.

Los datos recientes muestran que al menos el 70% de los clientes han compartido un vídeo con otras personas, y otro 72% afirma que el vídeo marketing ha mejorado la experiencia como cliente y las tasas de conversión.

El tráfico móvil también seguirá creciendo, lo que significa que el marketing de vídeo y el uso de editores de vídeo online se volverán más dominantes para este año.

Al menos el 98% de las marcas creen que el vídeo desempeñará un papel importante en el marketing digital en los próximos años.

2. Las cookies

El reciente anuncio de Google de poner fin al seguimiento de las cookies en 2023 debería ser una llamada de atención para los profesionales del marketing digital.

Este es un gran salto por parte de uno de los mayores motores de búsqueda, y cabe esperar que se pueda afectar la forma en que los profesionales del marketing aplican diferentes tácticas para llegar al público objetivo.

Desde la aplicación del RGPD (Reglamento General de Protección de Datos), la privacidad de los usuarios ha cobrado mayor importancia para los proveedores de servicios de Internet. Google y otros motores de búsqueda siempre buscan formas de optimizar la experiencia del usuario con sus marcas y mejorar la política de privacidad es una forma de mejorar la experiencia del usuario.

A medida que los especialistas del marketing digital buscan formas de rastrear a los usuarios en la web, ya existen opciones para que los usuarios desactiven las cookies de seguimiento y de terceros a través de la política del RGPD.

3. El contenido siempre será el rey

Según WIKIWEB, en el marketing digital el contenido ha sido durante mucho tiempo el rey. A medida que avanzan los años, es probable que esto continúe, ya que los profesionales del marketing se centran ahora más en la calidad del contenido. Hay toneladas de contenido en Internet, pero lo que hará que el contenido sea diferente es la calidad y la simplicidad.

La mayoría de los usuarios de Internet se preocupan más por la singularidad y la calidad de los contenidos. Si lo que se desea es que una página web tenga autoridad, es importante centrarse principalmente en publicar contenido de calidad para la audiencia.

No es necesario publicar todos los días para mantener una audiencia; lo único que se tiene que hacer es que el contenido sea inspirador y educativo para el público objetivo. Es mejor proporcionar contenido de alta calidad a la audiencia con menos frecuencia y asegurarse de que todo lo que se ofrece es relevante, atractivo e informativo.

4. Automatización del marketing

Otra tendencia de marketing a tener en cuenta para este año 2022 es la automatización del marketing.

La automatización del marketing estará a la orden del día, ya que ayudará a los profesionales a dedicar menos tiempo a las tareas repetitivas mediante la simple automatización de flujos de trabajo.

Hoy en día, los clientes son cada vez más inteligentes. Esto significa que, si se desea mantenerse por delante de la competencia en la búsqueda de productos y servicios, se tiene que hacer un seguimiento de lo que ven los internautas vía online. Por ejemplo, hay que conocer el tipo de artículos que se leen,

los vídeos que más se ven y el tipo de publicaciones en las redes sociales que es más probable que se visiten.

Los clientes siempre buscan la información adecuada antes de decidirse que producto comprar o que servicio contratar. Si se quiere establecer relaciones más sólidas con los clientes, es hora de pensar en una automatización del marketing más conversacional.

5. Búsqueda visual y por voz

La búsqueda por voz cambiará la forma en que los profesionales del marketing digital realizan la investigación de palabras clave. Los profesionales del marketing empezarán a centrarse más en las palabras clave de cola larga al crear contenidos para el público objetivo.

A la hora de crear contenidos para las campañas de marketing, se debe elegir las palabras clave en función de lo que la mayoría de los usuarios preguntan en los motores de búsqueda. Google, por ejemplo, tiene una función "la gente también pregunta" que le ayuda a encontrar algunas de las consultas de búsqueda frecuentes sobre las que puede crear contenido.

Hay que tener en cuenta que cuando se utiliza la búsqueda por voz, es más probable utilizar palabras clave de cola larga ya que simplemente aumenta la visibilidad online.

Otra tendencia a tener en cuenta, es la búsqueda visual. En 2022, los usuarios pueden simplemente cargar una imagen para encontrar más información sobre la imagen cargada. Por ejemplo: una imagen histórica proporcionará información histórica. Cuando un usuario sube una imagen de un producto, el motor de búsqueda le devuelve productos similares y le dice dónde comprar esos productos.

Conclusión

La forma en que los profesionales del marketing digital eligen la estrategia sobre el marketing probablemente cambiará a medida que los años avancen.

A medida que los motores de búsqueda suprimen las cookies, los profesionales deben encontrar otras formas de seguir digitalmente los pasos de los clientes y descubrir lo que más les gusta mientras crean contenidos de marketing.

El consumidor para este 2022 será más exigente, por lo que las empresas deben empezar a adaptarse a los nuevos métodos de publicidad digital.

Datos de contacto:

NOTA DIGITAL

Comunicado de prensa: Las 5 principales tendencias del marketing digital para 2022

916772505

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>