

Tendencias de marketing digital imprescindibles en 2023, por Gilberto Ripio

El marketing digital reúne todas las palancas que permiten promocionar la actividad de un proyecto empresarial en Internet a través de diferentes canales en función de su objetivo

El marketing digital tiene varios objetivos: atraer a nuevos clientes, aumentar la notoriedad, incrementar las ventas y el volumen de negocio, desarrollar la comunidad, fidelizar a los clientes...

El marketing digital evoluciona constantemente año tras año. Las agencias de marketing digital saben perfectamente que es un sector en rápida y constante evolución, lo que obliga a las empresas a adaptarse constantemente. Pero, ¿cuáles son las nuevas tendencias en marketing digital para el 2023?

¿Cuáles son las tendencias en marketing digital para el año 2023?

Contenidos de calidad

El contenido es esencial para la referenciación de un proyecto web. Debe ser de alta calidad, es decir, único, legible y pertinente. Debe ser capaz de complacer tanto a los lectores como a los motores de búsqueda, destacando al mismo tiempo entre los competidores por su claridad, contenido único y desarrollo.

La pregunta que suele hacerse sobre los contenidos se refiere a su extensión. Esto dependerá del tipo de contenido. Por ejemplo, los contenidos comerciales no tienen los mismos objetivos que los editoriales. Por tanto, su longitud será menor. Para el contenido editorial, puede fijarse en lo que hacen los competidores y adaptarlo en consecuencia.

Accesibilidad web

Algunos aspectos del diseño web seguirán presentes en 2023. Aspectos como la seguridad de los datos, la rapidez de carga y la facilidad de navegación son necesidades absolutas que contribuyen a su funcionalidad general y ayudan a captar y mantener la atención de los visitantes.

Por ejemplo, la mitad de los clientes abandonan sus carritos de compra si la página no se carga con la suficiente rapidez, y rapidez significa menos de seis segundos.

La accesibilidad se refiere a una página web que todo el mundo pueda utilizar, incluidas las personas con distintas discapacidades. Y además de ser bueno para la experiencia del usuario (UX) y para las empresas en general, es simplemente lo que hay que hacer para ofrecer a un mayor porcentaje de internautas diseño web de calidad.

Hay varias formas de hacer accesible una página web:

Elegir los colores y el contraste adecuados. Algunas combinaciones de colores pueden dificultar la lectura de los textos a personas con deficiencias visuales.

Hay que considerar la posibilidad de añadir transcripciones y subtítulos. Añadir transcripciones y subtítulos a los vídeos es una forma excelente de garantizar que todo el mundo pueda seguir el contenido.

Incluir texto alternativo en las imágenes. El texto alternativo (alt text) es una descripción de una imagen utilizada en la página web, una característica esencial para las personas con deficiencias visuales.

Utilizar títulos y listas. Dividir el contenido en secciones más pequeñas con títulos, viñetas y listas ayuda a los usuarios con discapacidades cognitivas a seguir mejor el texto.

Bloguear y contar historias

La mejor manera de aprovechar al máximo el contenido editorial es a través de un blog. Tiene muchas ventajas y será una poderosa palanca en la estrategia de marketing digital:

Tiene un lado tranquilizador/de confianza: demuestra que hay un equipo detrás, hace que el sitio esté "vivo".

Sirve como medio de distribución de contenidos.

Refuerza las redes sociales y la comunicación: posts, newsletter, etc.

Sirve de apoyo a las campañas de inbound marketing.

Es una verdadera ventaja para las referencias.

Se pueden añadir diferentes tipos de artículos, como temas relacionados con la empresa, testimonios de clientes o empleados, productos o servicios destacados, etc.

Contar historias también puede ser una buena forma de generar confianza entre los clientes permanentes y clientes potenciales.

Visualización de datos

La visualización de datos es una forma de representar datos visualmente. El objetivo es dar vida a los datos en forma de gráficos, diagramas y mapas para ayudar a comprenderlos y tomar decisiones.

Existen muchas herramientas que permiten construir cuadros de mando adaptados a las necesidades, analizar los datos recogidos y definir lo que debe mejorarse prioritariamente en el marketing web.

SEO local

Ahora es fundamental trabajar la referenciación local (o referenciación local, referenciación geolocalizada).

De hecho, cada vez son más los internautas que buscan o se informan primero en Internet y luego realizan la compra en tiendas físicas. O simplemente, buscan un establecimiento en una zona geográfica concreta. En otras palabras, se trata de usuarios de Internet que buscan utilizando un criterio geográfico (por ejemplo, si se busca un servicio en Madrid y teclea "tipo de servicio + Madrid").

Existen varias técnicas para mejorar la referenciación local y una de las principales, especialmente eficaz, es el perfil de empresa de Google. Su creación es gratuita, pero es importante optimizarla al máximo.

Será un verdadero activo en su estrategia de marketing web.

Experiencia del usuario

La experiencia del usuario (o UX) es un pilar fundamental de una estrategia eficaz. Aunque seducir a los motores de búsqueda es importante para estar bien referenciado, es igualmente importante agradar a los visitantes para mejorar la presencia en internet.

De hecho, el combo UX / SEO será mejor para su visibilidad. Sobre todo, porque ahora el objetivo de Google es ofrecer resultados personalizados, que respondan a la intención de búsqueda. Por otro lado, si la experiencia de usuario es mala, los visitantes no querrán volver al proyecto web y se verá cómo se deteriora su rendimiento.

Hay que tener en cuenta que la experiencia de usuario de un proyecto web debe estar optimizada en el ordenador, pero también para el móvil.

Redes sociales

Las redes sociales son una de las bases de la comunicación.

Las ventajas son varias:

- Crear una comunidad fiel
- Crea un enlace y mantiene en contacto
- Comunica distintos aspectos de la empresa
- Desarrolla la notoriedad
- Aumenta el tráfico del proyecto web
- Mejora las referencias

La gestión de las redes sociales requiere experiencia y tiempo. No se debe descuidar esta palanca, que también permitirá controlar lo que hacen los competidores de forma pública.

SEM: sinergia SEO/SEA/SMO

El último punto es la sinergia SEO/SEA/SMO o SEM (Search Engine Marketing). Representa el conjunto de técnicas destinadas a mejorar la visibilidad de un proyecto web en los motores de búsqueda.

La optimización para motores de búsqueda (SEO), la publicidad en buscadores (SEA) y la gestión de comunidades (SMO) son técnicas complementarias que juntas forman el marketing en buscadores (SEM). Por lo tanto, es necesario trabajar en todas estas palancas para crear una buena sinergia y permitir que el proyecto sea más visible.

Son todas estas técnicas reunidas en una estrategia de marketing estructurada las que garantizarán la buena visibilidad de la web en los motores de búsqueda en 2023.

Datos de contacto:

PROFESIONALNET

PROFESIONALNET - Tendencias de marketing digital imprescindibles en 2023

91 677 25 05

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>