

# RD+ INNOVATION LAB - 2022

## Tendencias de marketing digital 2023

El marketing digital no para de evolucionar y de introducir novedades, generando nuevas tendencias que resulta interesante que conozcamos, sobre todo de cara a la toma de decisiones estratégicas. De cara al próximo año, estas son las principales tendencias de marketing digital.

### **Metaverso**

Esta primera tendencia, el metaverso, continuará estando presente en nuestras vidas por motivos inciertos. En el panorama

tecnológico mundial, el desarrollo del **metaverso** desarrollo continúa siendo una incógnita, tanto a nivel de las inversiones, en su desarrollo, como sobre su viabilidad o retorno económicos.

## **Experiencia Phygital**

La intersección entre el mundo digital y el físico da lugar a este nuevo concepto: phygital. Está claro que este tipo de experiencia del cliente tiene vinculación con la realidad virtual y quiere ser innovadora y enriquecedora.

Algunos ejemplos podrían ser testar productos en el metaverso o los probadores inteligentes.

## **Marketing de afiliación**

El marketing de afiliación crece porque tiene resultados probados. Concretamente, la empresa anunciante solo paga por lo que vende, con una distribución y alcance de bajo coste. Además, estas acciones de marketing conjugan el *branding* y las ventas.

En resumen, la gran tendencia es que las empresas priorizan la inversión en ventas, atendiendo menos a la notoriedad de la marca.

## **Podcast**

El uso de podcast en el marketing es una tendencia creciente. Las empresas los usan con tres grandes objetivos: darse a conocer en el mercado, posicionarse con nuevas audiencias y fortalecer la marca.

La gran aceptación de los podcasts se basa en su accesibilidad, ya que su escucha se puede simultanear con otras muchas actividades, dándole una clara ventaja en relación con otros formatos o soportes.

## Google Analytics 4

En cuanto a las métricas o los objetivos cuantificables de cualquier acción de marketing, el 2023 será el año de **Google Analytics 4**. El próximo verano desaparecerá Universal Analytics definitivamente y, con ello, la analítica web se basarán en el nuevo sistema de mediciones de Google.

El GA4 puede vincularse a Google Merchant Center, Google Optimize y BigQuery, y también puede almacenar informes personalizados.

## Novedades SEO

El *search engine optimization*, es decir, optimización en motores de búsqueda, también tiene una evolución constante. Su claro objeto es lograr que el consumidor / usuario tenga la mejor experiencia posible, tanto en la respuesta que busca como en el contenido deseado.

Es relevante destacar que el SEO hace referencia a los resultados orgánicos, sin ningún pago por posicionamiento en el buscador.

## Performance digital marketing

Hace referencia a conversiones y otras métricas, lo que las empresas necesitan en sus acciones digitales. Estos datos son clave para la toma de decisiones y en el 2023 será una tendencia en consolidación.

Con la inclusión de perfiles digitales especializados en las empresas, la explotación de datos y las ventas online son estrategias fundamentales en el negocio y sus resultados.

Uno de los cambios importantes es la inversión empresarial en las redes de marketing de alto rendimiento (Performance Marketing Networks), buscando nuevos canales que obtengan conversiones y en detrimento de plataformas como Twitter o Facebook.

## TikTok

En pocos años de existencia, TikTok es la sexta red social en usuarios más activos, pasando de ser una plataforma de “vídeos para jóvenes” a convertirse en una de las redes con un mayor crecimiento en todos los segmentos.

Como otras competidoras, esta red social tiene su propio apartado de servicios publicitarios: TikTok for Business.

## Publicidad nativa

Native advertising o **publicidad nativa** es una forma de publicidad en medios pagados que se adapta en forma y funcionalidad al entorno en el que aparece, permitiendo impactar al usuario de una forma menos intrusiva que con la publicidad tradicional.

De hecho, no se percibe como publicidad, ya que el contenido de marketing queda totalmente integrado en el canal digital. Pero el elemento clave es que este tipo de publicidad debe ser un contenido de calidad, aportando valor al usuario.

## Blockchain

Como hemos explicado en artículos anteriores, el **blockchain** tiene una aplicación transversal. En relación con el marketing digital, sus principales aplicaciones son la posible mejora en la seguridad de pagos online, la descentralización de los buscadores o de los mercados publicitarios, entre otros.

## Búsquedas visuales

En todo plan de marketing digital debemos tener en cuenta que el 90% de la información transmitida al cerebro es mediante imágenes. Por ello, productos de búsqueda visual como Google Lents están ganando volumen de usuarios.

Como empresa es relevante que tengamos en cuenta el tratamiento de las imágenes que sea beneficioso para el SEO en los buscadores visuales.

## **Account-based marketing**

El ABM es una de las más innovadoras herramientas de B2B, que usa la compra de anuncios en tiempo real y la identificación basada en IP para crear una técnica de marketing de alta precisión en tiempo real. Acaban siendo campañas pequeñas y de poco presupuesto, pero que llegan a la gente adecuada y en el momento idóneo. En este caso, el diseño estratégico busca clientes muy concretos.

Estas son algunas de las tendencias más relevantes para el marketing digital del próximo año, muchas de las cuales se centran en la mejora de la experiencia del usuario, junto con la optimización de resultados y de costes de las **campañas de marketing online**.