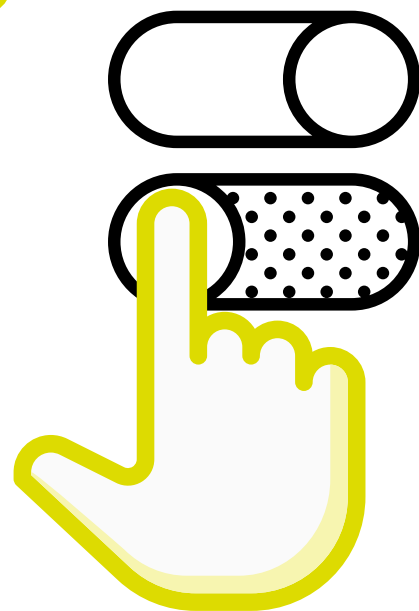
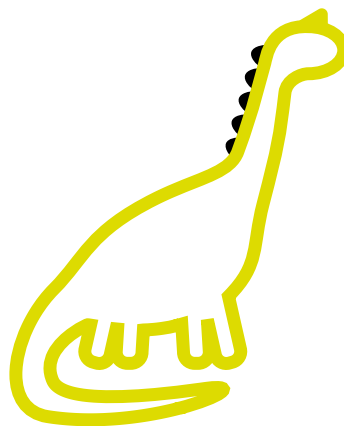
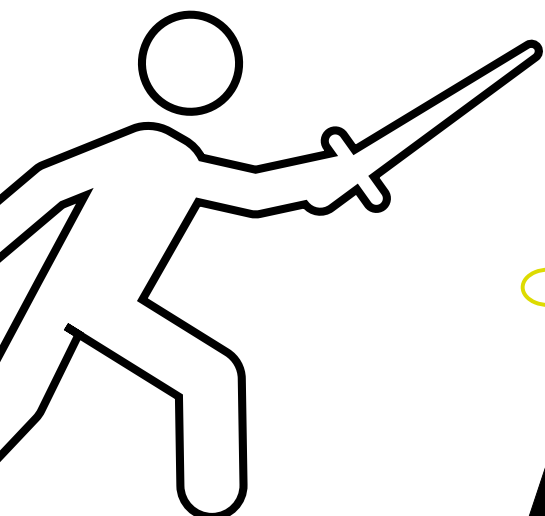


22day<sup>o</sup>



# Tendencias del Marketing Digital en 2018



22grados<sup>o</sup>  
THE TARGET AGENCY

# **El equipo de 22grados° ha realizado una previsión de cuáles serán los must en 2018 en Marketing Digital.**

En este eBook encontrarás una recopilación de las tendencias más importantes para el próximo año en publicidad digital, social media, estrategia, contenidos y tecnología.

# Content Marketing en B2B

También este año incluimos el contenido como un imprescindible en las estrategias de Marketing Digital. Cada vez más son las marcas que están incorporando a sus equipos perfiles de generación de contenidos.

Más del 63% de las empresas B2B en Europa reconocen que **el Content Marketing es la estrategia que les genera más contacto con clientes potenciales.**

El contenido va cobrando más importancia cada año. 2018 será el año del **contenido de calidad** y generado a partir de datos de analítica de rendimientos.

En mercados maduros como EEUU seguirán creciendo los **contenidos realizados con Inteligencia Artificial** al 100%, con programas como "WordSmith".



# 63%

de las empresas B2B en Europa reconocen que el Content Marketing es la estrategia que les genera más contacto con clientes potenciales.



# VR y Realidad Aumentada

Algunas marcas como **IKEA** ya incluyen apps en las que puedes presentar un mueble en tu propio salón utilizando la cámara del dispositivo. **Snapchat** ya popularizó la realidad aumentada aplicada al rostro, y otros como **Facebook Stories** ya incluyen también soluciones parecidas, en las que el dispositivo reconocer la cara del usuario y éste elige cómo quiere cambiarla para luego publicarlo.

En cuanto a la **Realidad Virtual (VR)**, muchas de las grandes campañas de anunciantes en industrias como el Cine ya incluyen contenidos 360 que se pueden consumir desde un móvil, en el newsfeed de Facebook o mediante las **Oculus** conectadas a tu ordenador. Recientemente, Facebook ha lanzado Oculus Go para no tener que depender de otro dispositivo para funcionar.

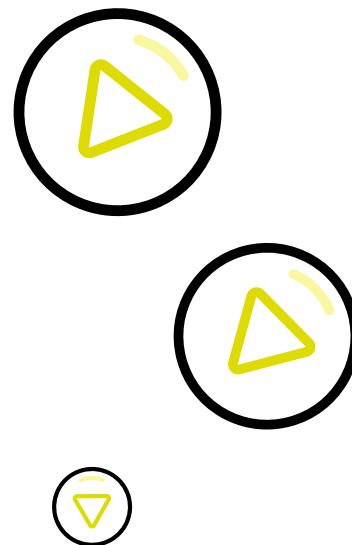
# Vídeo

**Más del 72% de los contenidos compartidos por usuarios este año son vídeo.**

Es el formato de más crecimiento en el mundo. Se estima que en 2020 más del 80% del consumo de información en Internet será vídeo.

El vídeo no sólo crecerá en Content Marketing sino también en Publicidad, con piezas de Rich Media más orientadas al vídeo y un aumento de las inversiones en YouTube. Se ha popularizado la frase que dice que "YouTube es el segundo mayor buscador de Internet", pero algunos datos de comScore apuntan a que es más popular que Google en relación al número de usuarios únicos mensuales. En Reino Unido, según la citada fuente, YouTube registra 42 millones de usuarios únicos al mes por los 40 millones de Google.

Veremos un aumento de los contenidos en Vídeo y de los Live Vídeo en Facebook, Instagram y Twitter, debido al rendimiento en alcance de estos contenidos durante este año.

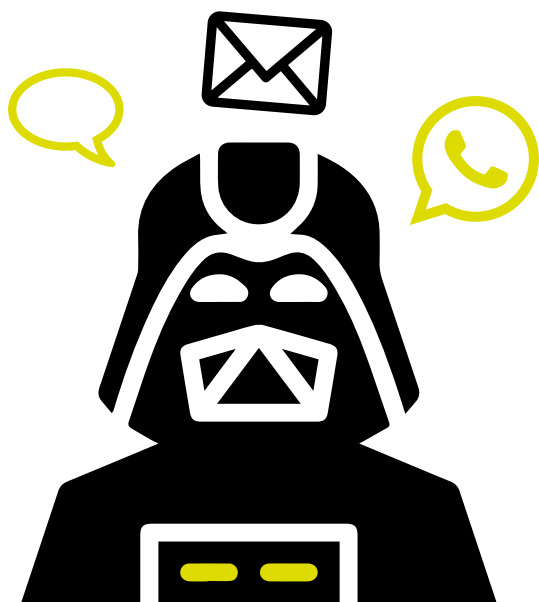


# Dark Social

Empezaremos a escuchar con más frecuencia el término Dark Social. Este se refiere a todo aquel **tráfico que recibimos pero no sabemos de dónde procede**. En realidad, se refiere al tráfico que es difícil de medir, porque proviene de medios tradicionales, como son el email, chats, apps móviles y sobretodo de apps de mensajería como WhatsApp o Messenger de Facebook.

Algunos datos apuntan a que **más del 84% del contenido compartido de las empresas se realizará en Dark Social**.

Será una oportunidad para las marcas que quieran aumentar el alcance de sus contenidos, tanto en la cantidad como en el tipo de usuario, ya que algunos estudios apuntan a que el **46% de los consumidores de más de 55 años consumen todo el contenido en canales considerados Dark Social**.



**El término Dark Social se refiere a todo aquel tráfico que recibimos pero no sabemos de dónde procede.**

# Customer Engagement Strategy

**¡HASTA AQUÍ  
PUEDES LEER!**

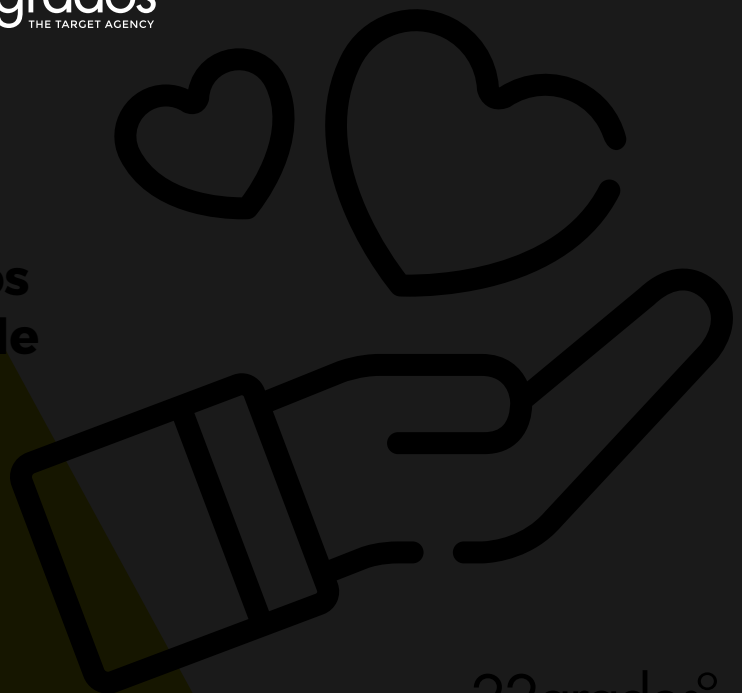
Este será un término que se usará con más frecuencia durante el próximo año. El crecimiento de las estrategias orientadas a generar upgrade o mensajes personalizados para usuarios y clientes como motor de recomendación.

Algunas de estas estrategias incluyen "lead scoring" o clasificación de leads para el envío de mensajes personalizados, emails automatizados 1:1 (que incluye información única por usuario) y mensajes para generar upgrade o mensajes personalizados durante la experiencia de uso de un producto.

**Pero si nos dejas tu e-mail  
te lo enviamos gratis.**

22grados°  
THE TARGET AGENCY

**Versiones de prueba para generar upgrade o mensajes personalizados durante la experiencia de uso de un producto, forman parte de la estrategia de Customer Engagement.**



22grados°  
THE TARGET AGENCY