Tendencias de Marketing Digital 2021

ESPARTA DIGITAL

Índice

1. Introducción

2. Tendencias de marketing B2C

2.1 Nuevas versiones de Shoppable Post.

2.2 Realidad aumentada.

2.3 Publicidad en TikTok.

2.4 Amazon en la publicidad de pago.

2.5 La era de los chatbots.

3. Tendencias de marketing B2B

3.1 ABM: Account Based Marketing.

3.2 Social Media: Marketing conversacional.

3.3 Content: vídeos e-learning y webinars.

3.4 Marketing de afiliación.

3.5 SEO: Cambios en el algoritmo de Google.

1. Introducción

Nos encontramos en un momento decisivo en relación a las estrategias de marketing que deben adoptar las empresas o negocios. La irrupción de la pandemia ha traído consigo consecuencias en el mundo digital que, sumadas a los pasos agigantados que dan las nuevas tecnologías, hacen que **este año sea más importante que nunca estar digitalizado** y, por ende, estar al tanto de las últimas tendencias.

Es cierto que en los últimos años ya se ha dibujado una tendencia muy clara que ha marcado un antes y un después en el marketing digital: **los usuarios huyen de todo aquello que les resulte intrusivo,** por eso es muy importante replantearse la manera de llegar a ellos. El objetivo es ofrecer una mejor experiencia al usuario con el fin de **construir relaciones más duraderas, cálidas y fructíferas.**

Conocer cómo se comportan los usuarios y qué tendencias se vislumbran para este año es de vital importancia y como es de esperar, afectan por igual a empresas B2C que B2B. No importa la orientación de tu empresa, lo que importa es que sepas cómo llegar a tus clientes potenciales de la mejor forma posible y con los resultados más óptimos.

Por eso, desde Esparta Digital, Agencia de Marketing Digital en Valencia con 20 años de experiencia en el desempeño de estrategias de venta y crecimiento digitales, hemos querido crear este Ebook en el que encontrarás las tendencias más importantes para este primer semestre de 2021 con el fin de que puedas **adaptarte a las nuevas circunstancias, aumentar tu competitividad y continuar con tu actividad empresarial.** ¿Comenzamos?

2. Tendencias de marketing B2C

Sabemos la necesidad que, como empresa B2C, tienes de **dar a conocer tu producto, crear sensaciones que despierten emociones de tus posibles compradores y de saber en cada momento dónde se encuentran** para poder impactarles de la mejor forma posible.

Por eso mismo, te traemos **5 tendencias que marcarán un antes y un después** en tu comunicación y que deberías estar incorporando ya en tu estrategia digital:

2.1 Nuevas versiones de Shoppable post

Las **redes sociales** se han convertido en una parte indispensable de cualquier estrategia de Marketing Digital y su potencial no para de crecer. No es de sorprender que se hayan consolidado como **nuevos puntos de venta directa** gracias a sus **shoppable posts**.

Tales posts producen un **gran impacto social y viralidad** a la hora de trabajar la identidad de marca mediante la presentación de novedades o el lanzamiento de promociones. De esta manera se consigue una gran experiencia digital que captura al usuario desde el minuto uno, alejándose del típico entorno del ecommerce.

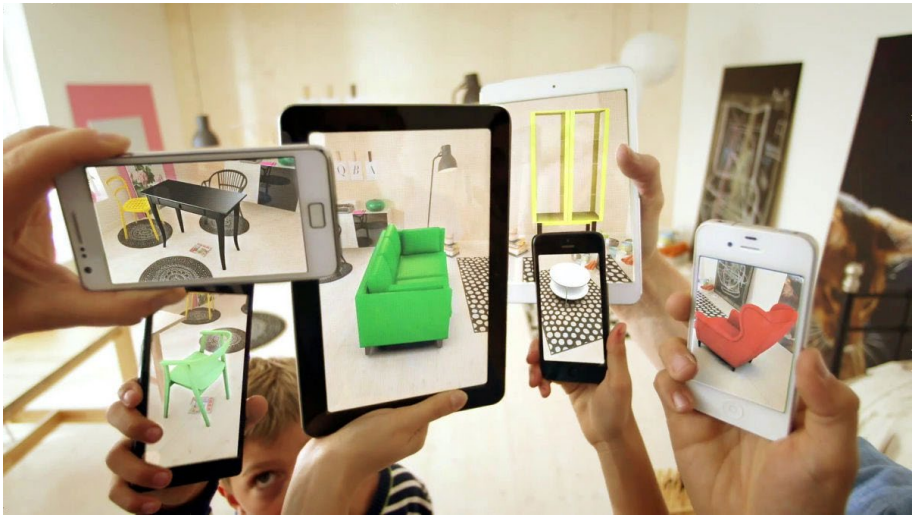
Tanto es así que Instagram ya está probando a introducir **etiquetas de compra dentro del texto (copy)** que acompaña a la imagen que se sube a la red y que aparecerá con la misma etiqueta de producto que la que actualmente se puede ver en las imágenes.

Instagram ya está probando a introducir etiquetas de compra dentro del texto (copy).

2.2 Realidad aumentada

En los últimos años, la realidad virtual y la realidad aumentada han emergido como una de las grandes tendencias en el ámbito del marketing digital. La realidad aumentada en dispositivos móviles ofrece un nicho y una vía muy atractiva para llegar a tu público objetivo, caracterizándose por su **rapidez, facilidad e interactividad**, ¿cómo? **Imagina que tu cliente potencial pudiera ver cómo queda en su salón la lámpara que le ofreces, o lo bien que le sientan los pendientes que hay en tu ecommerce.**

Gracias a la realidad aumentada el usuario podrá probar tu producto antes de si quiera, haberlo comprado.



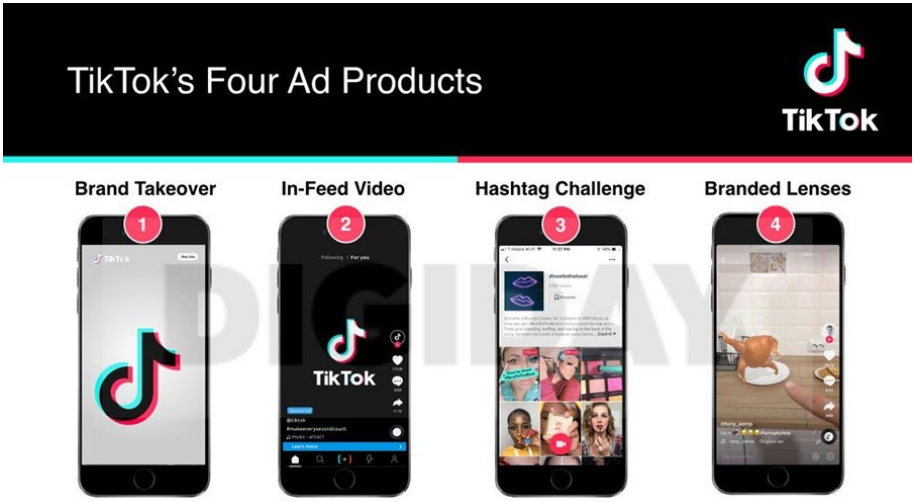
El usuario podrá probar tu producto antes de siquiera, haberlo comprado.

2.3 Publicidad en Tik Tok

Tik Tok ha sido una de las grandes sorpresas de los últimos años. Es una de las redes sociales que mayor crecimiento ha experimentado, contando con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo.

Su tipo de contenido efímero la ha convertido en la **red social estrella del momento**, siendo una excelente forma para crear contenido original y fresco. Si tu objetivo es llegar al público joven, debes estar aquí sin lugar a dudas.

Pero seguro que te estás preguntando qué formatos existen, pues aquí te los vamos a chivar todos:



Si tu objetivo es llegar al público joven, debes estar aquí sin lugar a dudas.

- **Brand Takeover:**
  ¿imaginas abrir la App de Tik Tok y ver tu anuncio sin tener que hacer absolutamente nada? Pues eso es ni más ni menos un Brand Takeover.

- **Publicidad nativa:**
  (Biddable Ads), son los anuncios de toda la vida de las redes sociales compuestos por un vídeo que te lleva a una URL. Tienen formato de puja (bid) por **CPC, CPM o CPV** y se pueden segmentar por situación geográfica, edad, género...

- ## Hashtag Challenge:

  Si hay una tendencia que hemos ido viendo en los últimos años, es que los propios usuarios se han convertido en creadores de contenido y esto TikTok ha sabido aprovecharlo muy bien con sus “hashtag challenge”. ¿En qué consiste? Básicamente en **promocionar un hashtag que lleva asociado la ejecución de un challenge, permitiendo a los usuarios participar y viralizar tu marca de la forma más natural posible.**

  Además, cuando promocionas un hashtag, consigues un banner único dentro de la pestaña Tendencias durante 6 días que redirige a una página con el reto y todo el contenido creado por los usuarios.

Hashtag Challenge

- ## Branded Lenses:

  ya lo anunciábamos antes, la **realidad aumentada** es una tendencia indiscutible de este 2021 y prueba de ello es este formato publicitario de TikTok en el que los usuarios pueden **usar los filtros creados por las marcas para que estas ganen visibilidad.**

Branded Lenses

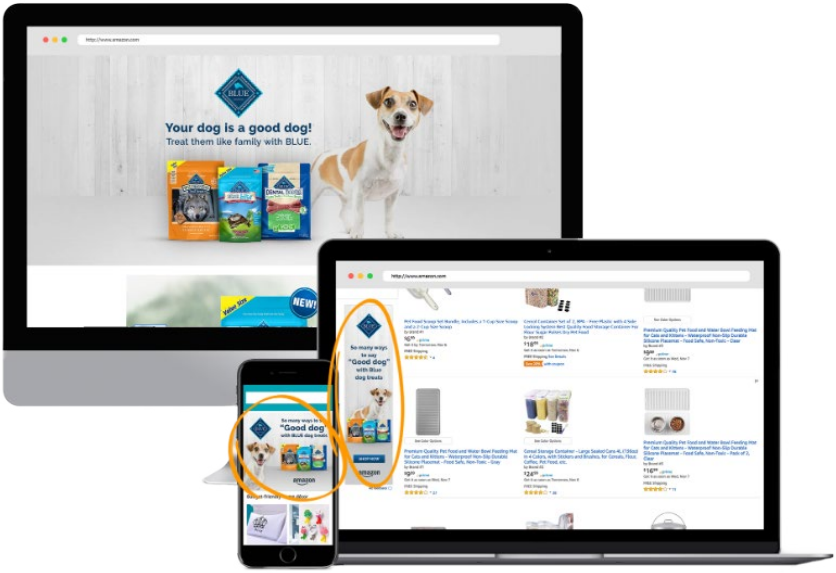
2.4 Amazon en la publicidad de pago

Cuando piensas en plataformas de PPC (Pago por clic), el 100% de las empresas acuden a Google o Facebook, pero para eso estamos nosotros, para poder ofrecer nuevas vías de comunicación no tan explotadas y con unos resultados realmente asombrosos como es Amazon Advertising.

Al igual que en el resto de plataformas, dispondrás de distintas ubicaciones para dar visibilidad a tu anuncio y este se podrá segmentar según tus Buyer Persona.

¿Sabes lo mejor de Amazon Advertising? Que los usuarios que acceden al ecommerce ya **van predispuestos a comprar aquello que necesitan o están buscando**, lo que se convierte en una oportunidad de oro para que tus productos aparezcan anunciados.

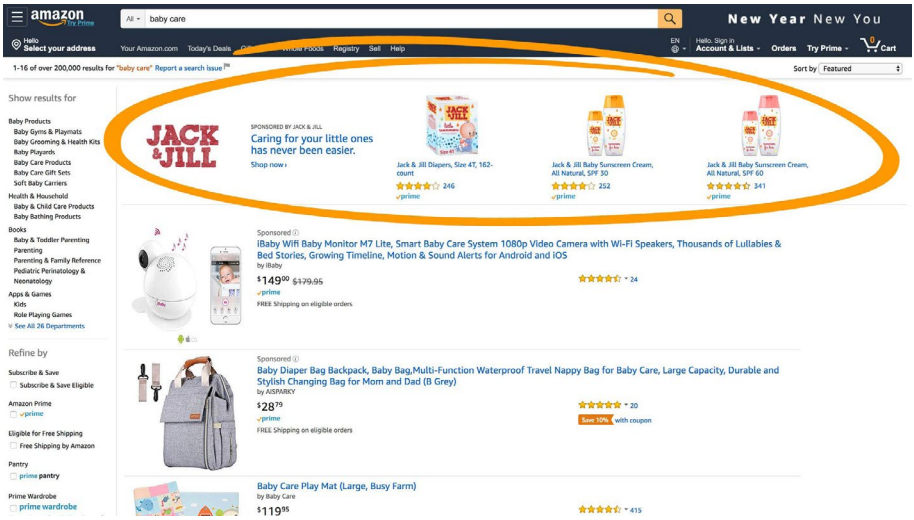
(Fuente Advertising Amazon)



Se convierte en una oportunidad de oro para que tus productos aparezcan anunciados.

¡Pero no acaba aquí! Y es que con Amazon Advertising podrás aparecer tanto in-market (dentro de la propia página) como fuera, gracias a la red que cubre Amazon DSP.

¿No crees que es el momento de empezar a trabajarlo?



(Fuente Advertising Amazon)

2.5 La era Chatbot

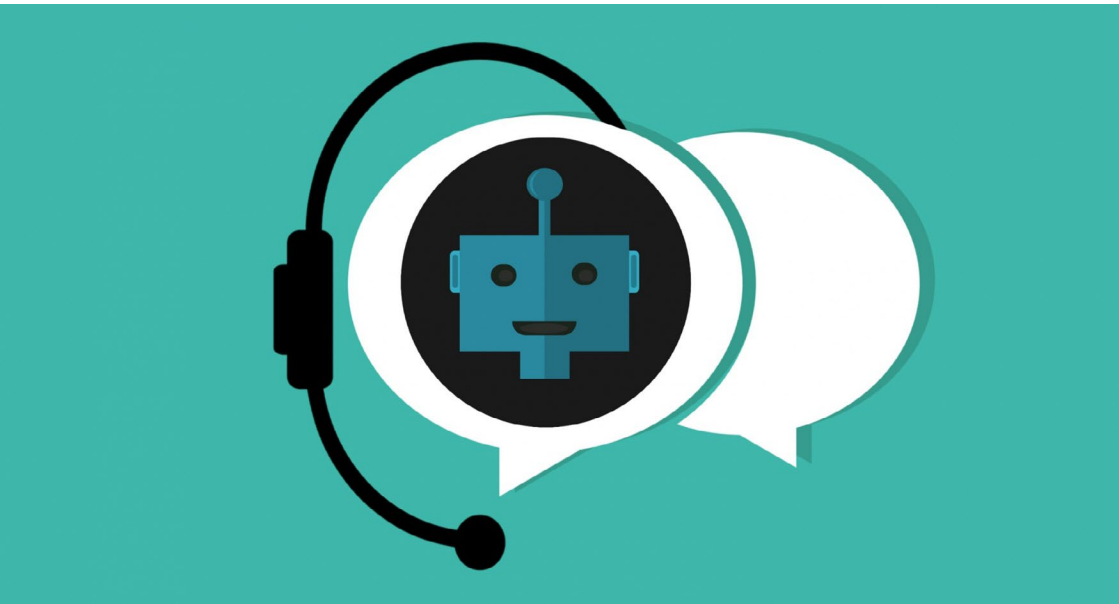
Los avances digitales han permitido que los chatbots dejen de ser torpes y se conviertan en los grandes aliados para miles de empresas. Su principal ventaja es que permiten que **el servicio al cliente sea rápido y de mayor calidad.**

¿Sabías que **el 20% del contenido empresarial podría llegar a ser creado por máquinas**? Y ante esta pregunta, nosotros te lanzamos otra: ¿a qué esperas a unirte a esta tendencia?

Gracias a los chatbots, tus clientes no solo podrán saber el horario de apertura de una tienda o restaurante, sino que también podrán comprar un billete de tren, pedir una pizza o elegir el regalo perfecto para su pareja. Y lo mejor de todo: **estarán disponibles 24/7.**

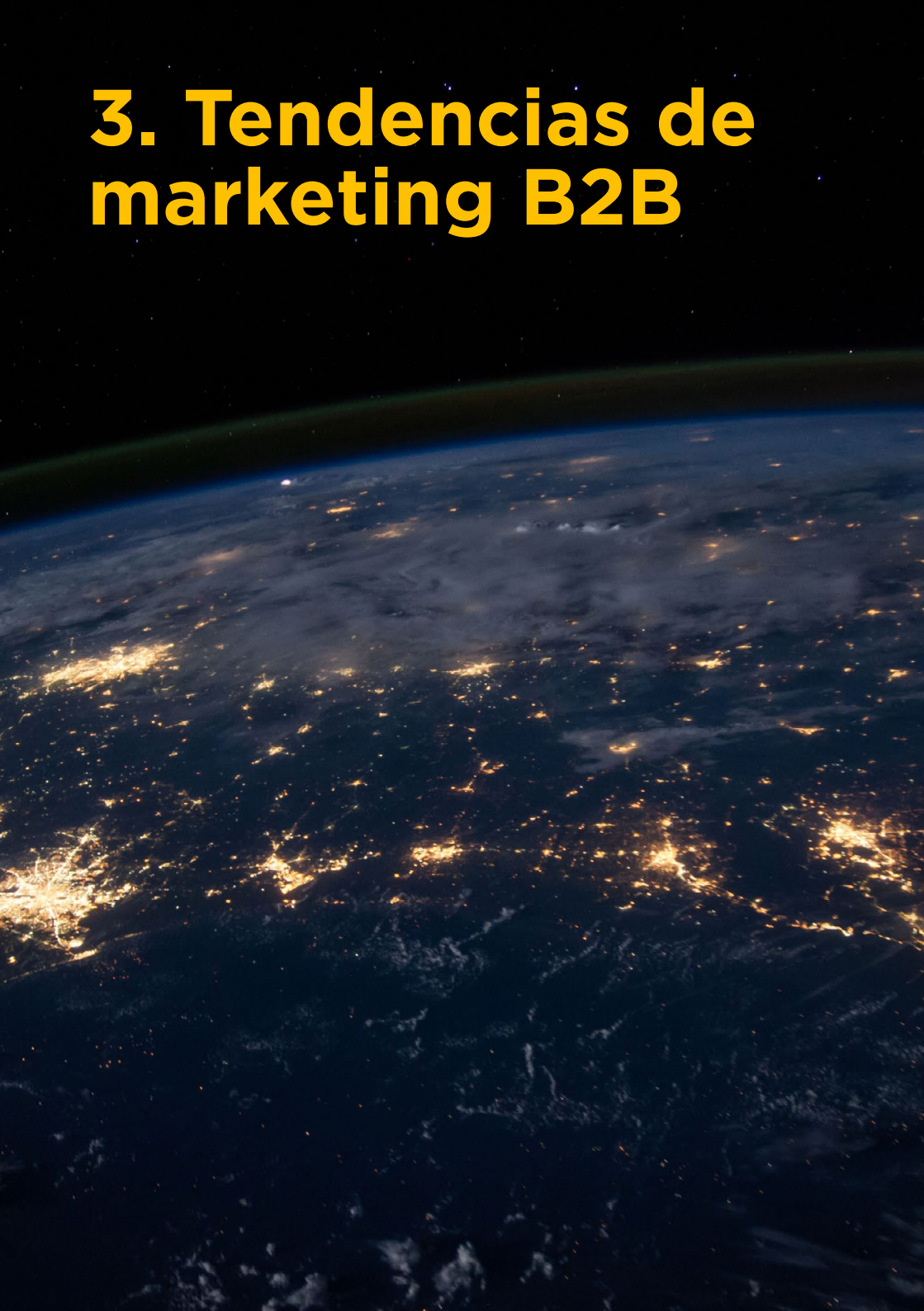
Algunos de los mejores chatbots son **Zendesk, Aivo, Beepy Chatbot o Bots Lovers** que trabaja para empresas de la talla de El Corte Inglés o Volkswagen.

En Esparta Digital ya estamos pensando en todas las opciones disponibles para que **tu marca llegue hasta donde jamás había pensado que pudiera hacerlo.** Nuestro reto es estar a la última en todas las tendencias digitales y que tú puedas ser el primero en probarlas.



Podrán comprar un billete de tren, pedir una pizza o elegir el regalo perfecto para su pareja.

3. Tendencias de marketing B2B



Aunque es cierto que muchas de las tendencias que hemos visto anteriormente como los chatbots o el uso de la realidad aumentada pueden ser implementados por empresas B2B, nos gustaría señalar algunas nuevas vías que se abren para este tipo de empresas en las que **la toma de decisiones no suele solo concernir a una persona si no a varias, se busca una relación con el cliente muy a largo plazo y el contenido que se ofrece a cada Buyer Persona debe estar totalmente orientado a satisfacer la necesidad de cada cuenta.**

Por ello, nos gustaría hablarte de:

3.1 ABM (Account Based Marketing)

Si no has oído hablar de ABM no te preocupes, es una tendencia muy arraigada en Estados Unidos pero que muy pocos se han atrevido a implantarla en España, sin embargo, **en Esparta Digital somos grandes amantes de este tipo de estrategia que coordina el marketing personalizado e hiperdirigido con esfuerzos de ventas.**

En otras palabras, esta estrategia se basa en entender que **cada empresa es un mercado específico** con sus necesidades y objetivos.

Una de las características más importantes es que **se enfoca en pocas cuentas o clientes potenciales** y se crean estrategias ad-hoc a cada uno de ellos, con contenidos personalizados en los que **un responsable de la empresa se convierte en la cara de la estrategia y punto de conexión entre la marca y la cuenta/cliente potencial.**

¿Sabías que el **72% de los compradores de B2B espera recibir una comunicación personalizada o que el 76% de los clientes B2B esperan hablar con un representante de la empresa en persona o por teléfono?** (Fuente: Mckinsey and Company) Teniendo esto en cuenta, es por lo que se hace fundamental disponer de una **estrategia ABM compatible con otras de Marketing Digital.**

Somos grandes amantes de este tipo de estrategia que coordina el marketing personalizado e hiperdirigido con esfuerzos de ventas.

3.2 Social media: marketing conversacional

Al hilo de lo anterior y, como hemos visto que pasaba con los chatbots, cada vez son más las **acciones para fomentar una conexión instantánea entre empresas.**

El objetivo es poder ofrecer una mejor comunicación y servicio al cliente. Instalaciones de chat en directo o vinculaciones con aplicaciones de mensajería directa como **WhatsApp** o **Facebook Messenger**, consiguen que el interesado tenga una conversación inmediata y fluida con la empresa, respondiendo a una necesidad imperante entre los clientes B2B: la cercanía y personalización en la presentación del producto o servicio.

Quizá mientras navegan por tu web les surgen dudas sobre los planes de precios que ofreces, por ejemplo. Un correo electrónico solicitando información puede llegar a tardar en contestarse 1 o 2 días, pero **gracias a sistemas como Whatsapp, Facebook Messenger o los chatbots, estas respuestas pueden ser instantáneas.**

¿Has pensado ya en maximizar esta nueva vía de comunicación y generar leads cualificados para tu negocio?

3.3 Content: vídeos e-learning y webinars

En la actualidad, el vídeo es el formato publicitario número uno y el que más crece en todo el mundo. Es el contenido más consumido en redes sociales. La incorporación de un vídeo en una publicación **aumenta el tráfico orgánico, mejorando el posicionamiento**. Una de las tendencias que se mantiene este año es la importancia de crear **vídeos**. Este tipo de contenido destaca por encima de los demás, siendo **muy viral, generando más engagement y aumentando el tiempo de visita** del usuario en nuestra página.

Vídeos e-learning

Uno de los casos que siguen triunfando en el mundo B2C son los tutoriales, pero cada vez más, empresas con una clara orientación B2B optan por sumarse a esta tendencia por ser una vía fácil y rápida de **explicar sus servicios, ventajas, expertise en el sector o beneficios de contar con ellos como partners.**

¿Aún no lo has probado? Estamos seguros de que habrá un antes y un después en tus campañas de Marketing Digital cuando empieces a apostar por los vídeos e-learning.

Webinars

Los webinars son unos de los contenidos que más engagement provocan, ya que permiten **interactuar directamente con el cliente potencial y ofrecen un feedback muy enriquecedor** para ambas partes.

Son mucho más que una simple formación o charla sobre una temática, se trata de un tipo de contenido con la función de atraer a clientes potenciales, **siendo un medio ideal para conseguir la conversión de leads.**

Esta tendencia, que llegó a ser un pilar fundamental durante la cuarentena, permite **estrechar lazos con futuros partners, haciendo posible detectar sus necesidades** y ofreciéndoles soluciones de una manera mucho más natural.

Además, es una acción ideal para **ahorrar costes** frente a un evento presencial, **llegar a cualquier audiencia sin importar la parte del mundo en la que se encuentre**, es adaptable a cualquier dispositivo y, lo mejor de todo, permite hacer **una clara diferenciación respecto a la competencia** ya que aún hay muchas empresas reacias a practicarlo.

Son mucho más que una simple formación o charla sobre una temática, se trata de un tipo de contenido con la función de atraer a clientes potenciales

3.4 Marketing de afiliación

Si aún no lo usas, te vamos a explicar por qué deberías empezar a plantearte este modelo de publicidad para tu estrategia de Marketing Digital. Este tipo de publicidad compensa (a través de incentivos) a los editores externos para dirigir tráfico hacia los productos o servicios de la empresa.

Es muy utilizado en el B2C, pero poco a poco las empresas B2B están analizando su potencial porque:

- Permite captar **leads cualificados.**
- Creación de una **gran fuerza de ventas.**
- **Ahorro de esfuerzos:** no requiere prácticamente tiempo.
- Tus afiliados ya tienen una orientación innata hacia tu target.
- Tu red de afiliados puede ser tan grande como desees.
- Y lo mejor de todo: **es natural y poco invasivo para el usuario.**

3.5 SEO: cambios en el algoritmo de Google

Durante la segunda mitad de año Google realizará cambios en su algoritmo. A partir del año que viene **la UX se convertirá en factor de posicionamiento en buscadores** aún más relevante. Y esto afectará tanto al sector B2B como al B2C.

Una buena UX aumenta las oportunidades de que el usuario interactúe con las páginas que visita. Como el SEO se dirige cada vez más hacia experiencias más personalizadas y relevantes, **la experiencia del usuario será una pieza clave** para mantener nuestra web entre las primeras posiciones en los buscadores.

Para poder medirlo de la manera más exacta posible, Google ha creado los **Web Vitals**, una serie de factores con los que cuantificar esta experiencia de usuario. Se trata de **una extensión que añades en tu buscador y que mide el tiempo de carga, la interactividad, los layout de la web...** Todo para que tu página sea perfecta.

En este punto será muy importante el **Growth Driven Desing,** una modelo de diseño de web que permite **rediseñarla siempre que sea necesario para adaptarla a los objetivos de marketing que se tengan en cada momento y según los datos que se obtengan de los usuarios** en base al interés demostrado por ellos durante el recorrido por tu sitio web, de tal manera que tu web acabe adaptándose a ellos en todo momento.

Una buena UX aumenta las oportunidades de que el usuario interactúe con las páginas que visita.

¿Qué te han parecido estas tendencias en Marketing Digital?

Estas son solo algunas de las más relevantes para el primer semestre de 2021, pero en Esparta Digital, no nos centramos solo en estas. **Estamos el día de todo lo que ocurre en el mundo del Marketing Digital** para poder ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio posible, desde la estrategia hasta la ejecución en cualquiera de las áreas en las que nos necesite.

Tú **solo tienes que contarnos tus objetivos y juntos, lograremos, no solo cumplirlos, si no ser los primeros.**

¿Hablamos?

Siempre hay una estrategia, juntos la encontraremos.

¿Te ha gustado este eBook?

Tenemos mucho más contenido que seguro te puede interesar.

Síguenos en redes sociales:

Visita nuestro blog y descubre
todas las novedades del marketing digital:

O si lo deseas ponte en contacto con nosotros en:

www.espartadigital.com
Chema Carratalá
chema.carratala@espartadigital.com
+34 678 54 30 52

ESPARTA DIGITAL