

Estas son las tendencias marketeras que llegan en 2019

Publicado en: [Digital](#), [Interés General](#), [Marketing](#), [Publicidad](#)

Inteligencia artificial, búsqueda por voz, marketing responsable... Con el cambio de año llegan nuevas tendencias marketeras que todos los emprendedores deben tener en cuenta si quieren aumentar sus beneficios

En un contexto tan cambiante como el actual, conviene estar a la vanguardia de la actualidad y de los cambios que vienen pisando fuerte. Con la entrada del nuevo año llegan también nuevas tendencias marketeras que hay que aplicar al mundo de los negocios si se desea tener éxito.

Pero generar estrategias de marketing para aumentar clientes no es una tarea fácil, sino que cuenta con una gran tarea detrás. Por ello, la mejor opción consiste en contratar a una agencia de marketing digital que genere estrategias funcionales y de lugar a resultados medibles de cara a 2019 y todas sus tendencias.

Tendencias de marketing digital para 2019

Son muchos las novedades que llegan en el sector del marketing con el cambio de año. Unas tendencias que las agencias que gestionen estrategias deben tener en cuenta, así como todos los empresarios que quieran obtener éxito.

En este sentido, hay que tener en cuenta que aún no nos hemos recuperado de la crisis y, por ello, continúa el auge del low cost en el sector, que irá ganando camino en el mundo de los negocios. Además, en un momento en el que la responsabilidad social corporativa es más importante que nunca, y en el que los consumidores se preocupan por el entorno, la transparencia, autenticidad, causas sociales y marketing responsable va a incrementar. Basta con ver como el usuario rechaza, cada vez más, la publicidad disfrazada de contenido de calidad, por lo que las empresas deben ponerse manos a la obra y potenciar su responsabilidad con el entorno y la sociedad completa.

Otro de los aspectos más destacados en el mundo marketero de cara a 2019 es el incremento del uso de realidad virtual y aumentada. Este concepto involucra la interacción entre el usuario y la tecnología, y poco a poco va ganando relevancia y dejando de ser algo que solamente se ve en las películas. Este tipo de tecnología se va a emplear el próximo año de manera más destacada para la elaboración de estrategias de marketing, lo que permitirá a los anunciantes generar una mayor inmersión en interacción con sus clientes, aumentar su experiencia o innovar más aún.

La búsqueda por voz y la inteligencia artificial serán otros de los conceptos marketeros más

destacados a lo largo de 2019. Así, los dispositivos de hogar inteligentes adquirirán más importancia que nunca, como es el caso de Amazon Alexa, Google Home y Apple HomePod, por lo que, seguramente, la publicidad comenzará a filtrarse en este ámbito muy pronto. Por ello, todas las empresas deberán centrar, cada vez más, su estrategia en mejorar la experiencia del consumidor relacionada a la búsqueda por voz.

Pero el gran reto de este 2019 se encuentra, sin duda, en personalizar las ofertas de acuerdo a cada consumidor. Conocer el comportamiento del consumidor en cada uno de los canales de difusión es clave para ofrecer los productos y la publicidad adecuada. Las estrategias y herramientas de Manejo de Relación con el Cliente (CRM) ganarán un protagonismo relevante gracias a su facilidad a la hora de manejar datos de los clientes con los que aumentar la personalización.

Cabe destacar el aumento de la mensajería, una de las maneras preferidas de los usuarios para contactar con las empresas. Cada vez son más las compañías que emplean Facebook Messenger y WhatsApp Business, plataformas aliadas con chatbots. Estos últimos permiten automatizar las tareas, lo que permite a los empresarios y trabajadores centrarse más en otros aspectos de más importancia en la compañía.

Por último, no hay que olvidar la gran importancia de smartphone, algo que ya es notable, pero que lo será más aún en 2019. Además, hay que tener en cuenta el contenido inmediato destinado a las plataformas del smartphone, como es el caso de Facebook Stories o Instagram Stories. Por ello, la clave se encuentra en emplear todos sus esfuerzos para mejorar la creatividad y capacidad de sintetizar contenidos y retener, así, a una audiencia difícil que consume contenidos de una manera rapidísima, en un momento en el que la competencia es alta, y el consumidor más exigente que nunca.

Fuente: www.puromarketing.com