

>FUNDESEM BUSINESS TOPICS

# Tendencias en Marketing 2016

Por Fundesem Business School

21 de marzo de 2016



# Tendencias en Marketing 2016

Puedes tener un producto o un servicio que es la octava maravilla, pero olvídate: si no lo das a conocer, si no lo sabes comunicar y si no atinas a marcar la diferencia, no te servirá de mucho. Si, aquí es donde sí o sí toca hablar del Marketing como un **pilar fundamental a la hora de dar a conocer tu marca y generar un vínculo con tus potenciales clientes** en un escenario cada vez más saturado de marcas, productos y mensajes.

Es innegable que, de la mano del desarrollo de las nuevas tecnologías, las maneras de hacer Marketing y llegar a nuestros potenciales clientes se han multiplicado. El Marketing online está cada vez más presente en nuestra rutina diaria a través de múltiples canales. Internet es el presente y también el futuro. Las marcas van tomando cada vez más conciencia y, es por esto, que **el presupuesto**

**que las empresas destinaron al Marketing digital creció un 10%** en el año 2015, con una más que previsible tendencia al alza en este 2016, según los datos que maneja la consultora de tecnología Gartner.

El mundo se mueve deprisa y estar al tanto de las últimas tendencias en Marketing Online es una asignatura obligada para no quedarse atrás.

Algunas de las tendencias más destacables del Marketing en este 2016 son:

## **El vídeo marketing: La estrella para conseguir impactos**

Mark Zuckerberg, creador de Facebook, ya lo venía anunciando. El **número de visualizaciones de vídeo en Facebook se duplicó en el año 2015**. Como dato, las

visualizaciones en la red social llegaron a aumentar ni más ni menos que de 4 billones de visualizaciones al día a 8 billones en tan solo 6 meses.

Otro gran gigante como es Youtube confirma que se suben al minuto 400 vídeos. Y es que el vídeo, nos guste o no, tiene un poder que otros medios difícilmente tienen. ¿Sabías que **un minuto de vídeo equivale a 1,8 millones de palabras?** Ante esto, ¿a

quién le quedan dudas de que el vídeo seguirá aumentando su popularidad dentro de las estrategias de Marketing?

Con este claro potencial, y aunque todavía queda un largo camino por recorrer, el vídeo se ha convertido en **un recurso cada vez más utilizado** por las marcas. Pero no sólo para anunciar o mostrar sus productos de una manera directa, sino dentro de sus

estrategias de contenidos para hacer conectar a sus usuarios con los valores de la marca. En este sentido, el "branded content" no es una estrategia nueva, pero en el 2016 será un deber para las marcas.

¿En qué radica el éxito del vídeo? ¿Por qué es un recurso tan potente?

**El formato audiovisual es capaz de enganchar de una manera más fácil y rápida que cualquier otro.** Generar sensaciones y emociones al espectador es la vía más efectiva para conseguir ese vínculo tan deseado entre la marca y el cliente. A este respecto, una encuesta realizada por Demand Metric´s revela que, para un 74% del mercado B2B, el contenido del vídeo convierte mucho mejor que cualquier otro. Y es que este formato ofrece posibilidades que otros no



alcanzan.

¿Cuántas veces hemos visto cómo un vídeo se ha convertido en viral y ha llegado a millones de personas? Sin duda, **los vídeos son la estrella en las redes sociales** ya que es uno de los contenidos que más se comparte.

Las nuevas tecnologías han permitido que cualquier persona pueda ser el creador de un buen contenido audiovisual. Independientemente de la calidad del vídeo, son numerosos los casos de personas que se han convertido en ídolos de masas y que han conseguido generar un gran engagement con el usuario. ¿Quién no ha escuchado hablar de **los famosos "Youtubers"** que ganan miles y miles de euros y que son cada vez más demandados por las marcas la hora de publicitar sus productos por el gran poder que tienen?

Según [un estudio realizado por Cisco](#), empresa internacional líder en soluciones de redes, el vídeo representará un 80% del tráfico en 2019 frente al 64% del 2014. Si estos datos no te terminan de convencer, párate a pensar cómo **Google ya añade los vídeos a los resultados de las búsquedas**. Este quizá sea uno de los puntos más importantes para tomarse el vídeo marketing muy en serio y empezar a ponerse las pilas.

## Mobile Marketing, la tendencia con mayor incremento

La revolución móvil sigue su curso. Lejos de tocar techo, el número de usuarios de dispositivos móviles seguirá creciendo, pasando de los 4,3 billones de usuarios que había en el año 2014, a **los 5,2 billones de usuarios en el mundo en el 2019**, según los datos del citado estudio de la compañía Cisco.

Es una realidad indiscutible que cada vez utilizamos y dependemos más el móvil,

pero no sólo para informarnos, jugar o escuchar música. Cosas como consultar el correo, chatear, interactuar en las redes sociales o comprar son acciones totalmente cotidianas que la gente realiza incluso andando por la calle. Es por esto que el móvil se ha convertido

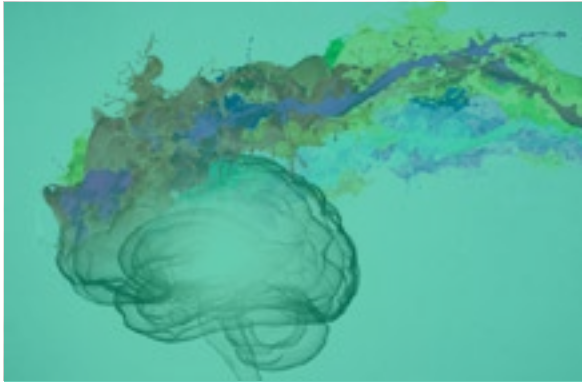
en el principal dispositivo a través del cual la mayoría de las personas (un 85%) nos conectamos a Internet.

Así lo revela el [estudio realizado por IAB sobre Mobile Marketing 2015](#), que también destaca que la aplicación más instalada en el móvil es la del correo electrónico. Así las cosas, **adaptarse al entorno móvil ya no es una opción sino una obligación** también en las estrategias de email marketing de las marcas, ya que indudablemente no es lo mismo abrir el correo en una pantalla del ordenador que en una Tablet o que en un móvil.

*Mobile Marketing,  
la tendencia con  
mayor incremento*



Es decir, que no sólo te tienes que preocupar de que tu web esté adaptada a los distintos dispositivos, sino también el resto de las acciones que conforman tu estrategia de Marketing. Cosas tan básicas como los emails promocionales que mandas, deben de estar adaptados también al diseño del móvil. Según los datos de la compañía Yesmail, **el 15% de las ventas que se hicieron vía Email**



**Marketingen 2015 provenía del móvil.** Y esta tendencia seguirá aumentando.

¿Aún no te has terminado de convencer? Pues otra razón de peso es que desde el 21 de abril de 2015, **Google no permite recuperar webs en móviles que no estén adaptadas** a tal fin. ¿Te imaginas perder visibilidad, tráfico y posibles ventas solo por no estar adaptado al entorno móvil?

### **Los contenidos siguen ganando puntos**

El contenido, en sus diferentes formatos, seguirá siendo el rey en este 2016. Aunque, más bien, quien mandará será el contenido estratégico. Creativo, original y orientado al consumidor y a nuestros objetivos como marcas.

Aunque en materia de contenidos todavía queda mucho camino por recorrer y mucho potencial por explotar, la importancia de las estrategias de contenidos va quedando cada vez más clara para las marcas. Así, según el estudio "Global content survey of brand marketers and their B2B" de The Economist Group, **el 93% de las empresas encuestadas van a mantener o aumentar su inversión en Marketing de Contenidos.**

Un buen Marketing de Contenidos requiere de compromiso, constancia y creatividad. Es una estrategia que no te aportará resultados de la noche a la mañana, pero sí unos resultados muy sólidos en el tiempo, ya que se basa en ir construyendo la credibilidad de tu marca y la relación con tus usuarios.

Hoy en día tus potenciales clientes se

encuentran ante una oferta casi inagotable, por lo que ayudar y aportar valor a tus usuarios es lo que te ayudará a marcar la diferencia. Cuánto más cercano y transparente seas, más soluciones aportes a tus usuarios afines y más interesado te muestres en sus inquietudes, mayor será ese vínculo y más aumentará tu credibilidad.

### **Realidad virtual para todos**

¿Ciencia ficción? Ni mucho menos. La realidad virtual y su accesibilidad generalizada se presentan como una de las tendencias al alza en este 2016. Google ya tiene en el mercado su sistema de realidad virtual Cardboard y se espera que el lanzamiento de **Oculus Rift de Facebook** termine de desarrollar este sector con el objetivo de acercar este "mundo" al consumidor final.

**Esta democratización del mundo virtual provocará un cambio tanto a la hora de consumir contenidos como de experimentarlos.** Todo un reto para las estrategias de Marketing de las marcas. Viajes, coches, videojuegos, vídeos de 360°, eventos en vivo... Son algunos de los ejemplos en los que los que la realidad virtual puede venir acompañada de la mano de una marca.

En **Youtube y Facebook ya es posible subir vídeos de 360°**, aunque si no se dispone de un equipo de realidad virtual es una opción que no se aprovecha al máximo. No obstante, el futuro virtual para todos está ya a la vuelta de la esquina y se espera que la realidad virtual ocupe un espacio en el salón de casa.

Sin duda, el mundo de las tecnologías está evolucionando continuamente y esta realidad nos obliga a estar muy al día para no quedarnos atrás. Y en este escenario, el Marketing es uno de los primeros agentes que debe de adaptarse a dicha evolución para buscar y aplicar nuevas fórmulas de comunicación y relación con el usuario-cliente.

A estas alturas son múltiples los canales a través del cual una marca puede llegar a sus usuarios. El reto está en saber elegir correctamente dónde estar, cómo estar y para qué estar. ¿Preparado para asumir el reto?

## >FUNDESEM BUSINESS TOPICS



¿Te ha gustado?  
Compártelo desde la



>**FBS** Fundesem  
Business  
School

C/ Deportistas Hermanos Torres, 17  
03016 Alicante // 965 266 800