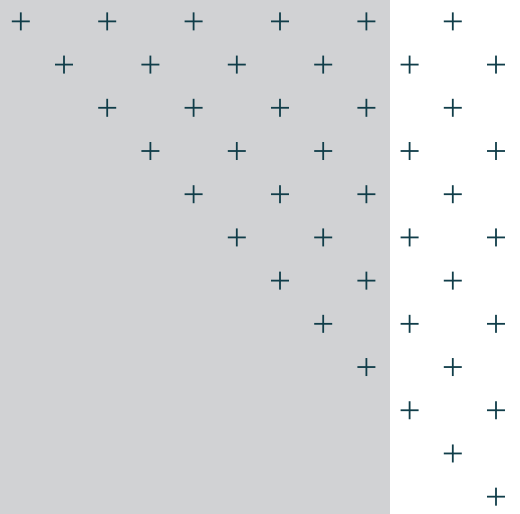


libro **gratis**

TENDENCIAS PARA EL MARKETING DIGITAL EN 2020





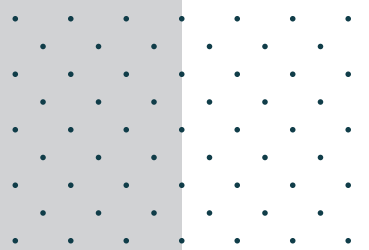
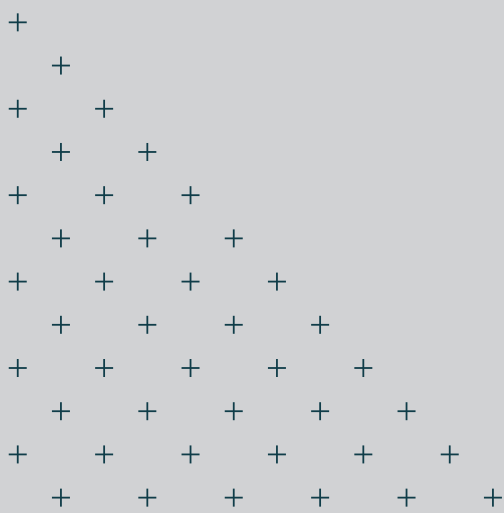
autor

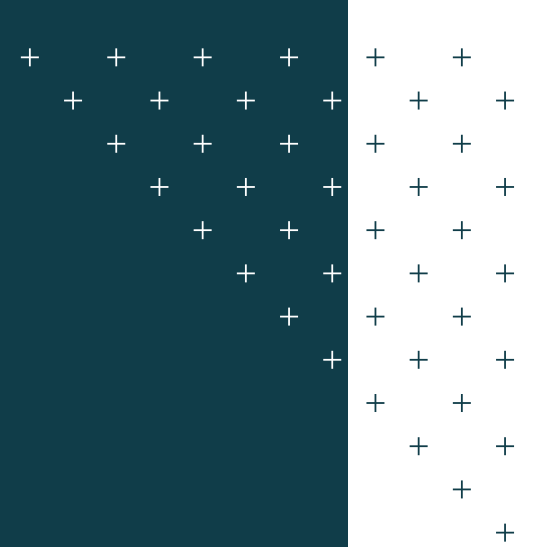
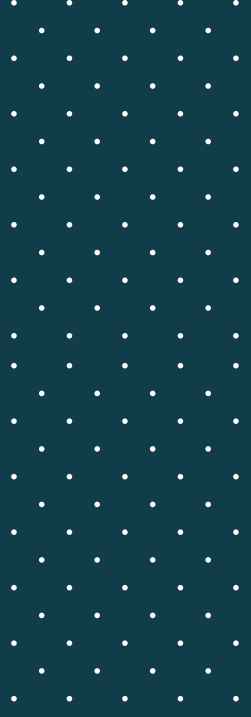
TIAGO DA SILVA MASCARENHAS

CEO SEDA College



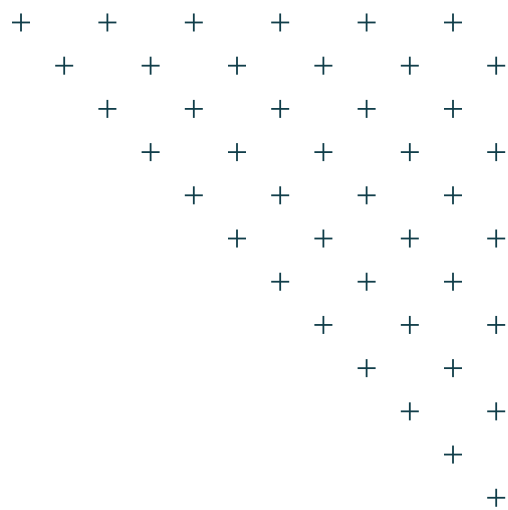
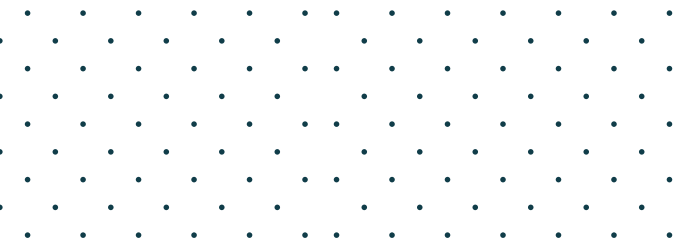
Co-Fundador de SEDA College, institución educativa Irlandesa que ofrece cursos de inglés para todos los niveles desde principiantes hasta avanzados. Creada en 2009, SEDA College es reconocida por ACELS, empresa de calidad irlandesa y por EQUALS, certificación europea.





CONTENIDO

- 4** Introducción
 - 5** Tendencias para el marketing digital en 2020
 - 6** Customer Centric Marketing
 - 7** Evolución del marketing en contenido
 - 8** Google ADS
 - 9** Voice Search Marketing
 - 10** Inbound Marketing
 - 10** Outbound Marketing
 - 11** Gamificación
 - 12** Animación Whiteboard
 - 13** Video Marketing
 - 14** El avance de las redes sociales
 - 15** El futuro ya comenzó
 - 16** Contacto
-
- 



INTRO DUCCIÓN



El grupo SEDA (Skills and Enterprises Development Academy) tiene su sede en Dublín, Irlanda. A lo largo de un periodo de nueve años ha alcanzado un reconocimiento internacional en sus programas de Inglés para Negocios, cursos profesionales, cursos de inglés e intercambios realizados por estudiantes de más de 100 países.

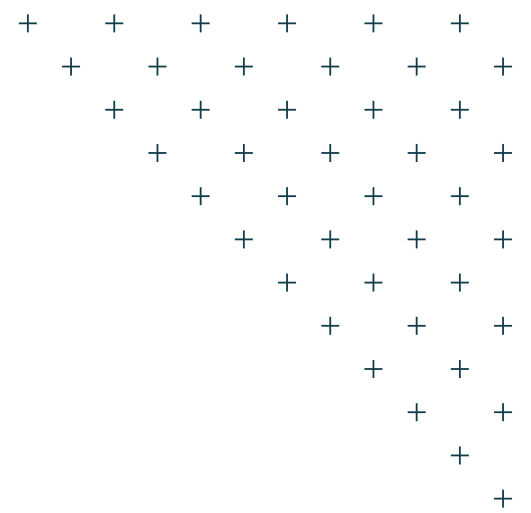
Premiada como la mejor escuela de inglés de Irlanda por tercer año consecutivo por el sitio Education Stars, ¡SEDA EXECUTIVE EDUCATION está lista para ofrecer una experiencia internacional inolvidable!

En el centro de Dublín, el campus tiene más de 800 alumnos de diversos países de América Latina, Europa y Asia. En Brasil, está en San Pablo y ofrece programas de MBA, Postgrados, Nanograduación, especializaciones Lato sensu y módulos internacionales en Europa.





TENDENCIAS PARA EL MARKETING DIGITAL EN 2020



Ya pasaron 19 años del cambio de siglo y cuántas cosas han cambiado, ¿no es cierto? ¿Quién hubiera pensado que estaríamos hablando con personas por teléfono celular en tiempo real sin gastar absolutamente un solo centavo, que llamaríamos a un Uber a través de una aplicación en el móvil o hasta asistir a una función por el celular en Netflix.

Las transformaciones están sucediendo a una velocidad realmente fantástica y el Marketing Digital es la palanca que impulsa esa transformación. Volviendo un poco atrás, en el año 2010 ¿quién imaginaría que surgirían términos como Marketing de contenidos, Mobile Commerce o Omnichannel?

En ese sentido estamos presenciando un avance del Marketing Digital a una velocidad nunca antes vista. De esa manera, nos vienen las siguientes preguntas en mente: ¿Cuáles serán las tendencias del Marketing Digital para el año 2020? ¿Cómo comenzamos esta nueva década en la cual vamos a entrar?

Pensando en cuestiones como esta nos pusimos a escuchar a los mejores especialistas de Marketing Digital y desarrollamos este libro electrónico para hablar sobre las principales tendencias para el Marketing Digital 2020.





CUSTOMER CENTRIC MARKETING



Ciertamente esta será la principal tendencia de Marketing la próxima década. En este enfoque, el cliente se convierte en el centro de la estrategia. Todos los esfuerzos con inversiones, comunicación y acciones deberán ser pensados a partir de un cliente específico. Tan obvio como esto parezca, la verdad es que hoy en Brasil lo que más se utiliza es el Channel Centric Marketing. En ella la estrategia coloca uno o más canales en su centro pensando y optimizando los esfuerzos enfocándose en ellos. Entonces todas las iniciativas son para mejorar un determinado canal, como por ejemplo, E-mail Marketing, Facebook o Instagram.

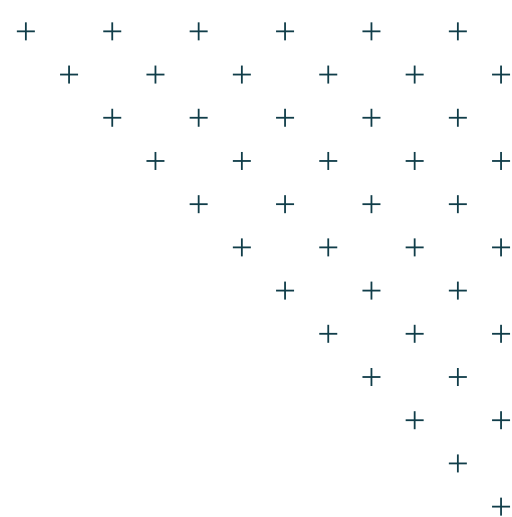
Con los ajustes efectuados del canal, la empresa pasa a tener mejores resultados con lo mismo, como apuntan algunos indicadores. En este enfoque de Marketing, todos los esfuerzos son para mejorar un determinado canal como E-mail Marketing, Facebook o Instagram, siendo que cuando la empresa va a definir la estrategia es siempre basado en la optimización del canal deseado.

A través de algunos ajustes que van siendo efectuados en la cima del canal, la empresa pasa a tener mejores resultados, estos observados a través de algunos indicadores.

Entre tanto, el cliente puede estar obteniendo más provecho de tus publicaciones, leer correos electrónicos, pero a la hora de hacer la compra misma puede estar prefiriendo a la competencia. En este caso, la estrategia no está alcanzando el objetivo final que es la conversión en venta.



MARKETING DE CONTENIDO

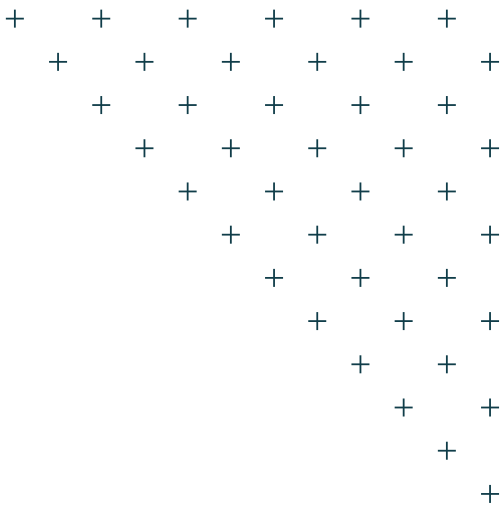


Esta es una tendencia que ha estado creciendo en los últimos años y continuará presente en la próxima década. El Marketing de Contenidos se fortalecerá pero pasará por algunas transformaciones.

La principal transformación es que las empresas deberán aumentar sus apuestas en contenido útil y personalizado para clientes. Los consumidores deben ser el centro de la estrategia, con esto, aumentan las posibilidades de conversión.

Y cuando hablamos de conversión, no pensemos solamente en contenidos para cada etapa del embudo de ventas. Sino también en material que acelere el viaje del consumidor para la próxima etapa. Este movimiento disminuye el costo con la captura de los leads. Por eso se debe tener atención en el crecimiento de los blogs, canales de Youtube y libros electrónicos, por ejemplo. Estas estrategias continuarán expandiéndose para el próximo año y cada vez más, con mayor enfoque en el comportamiento de cada cliente.





GOOGLE ADS

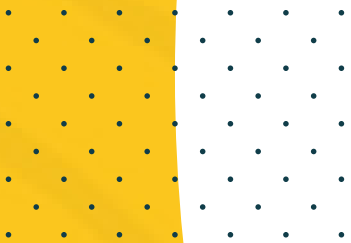


Google Ads

Hoy, una de las mejores estrategias de Marketing Digital son los Google ADS.

Sin embargo, desde el año pasado, ha estado cambiando. Incluso alteró su propio nombre y después de 18 años dejó de ser llamado Google AdWords. Al final las estrategias de CPC y keywords cambiaron a una velocidad intensa tornándose soluciones obsoletas apenas dos años atrás.

Entre los cambios, Google pasará a adoptar la estrategia de las 3 A's: Audiencia, atribución e inteligencia artificial. (Artificial Intelligence en inglés). Google fue uno de los dos pioneros en colocar al cliente como el centro de la estrategia y por esa razón entiende a su audiencia y cómo atribuir valor a lo largo de la jornada del consumidor factores muy fundamentales para el éxito de su negocio.

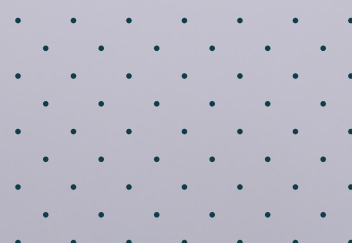


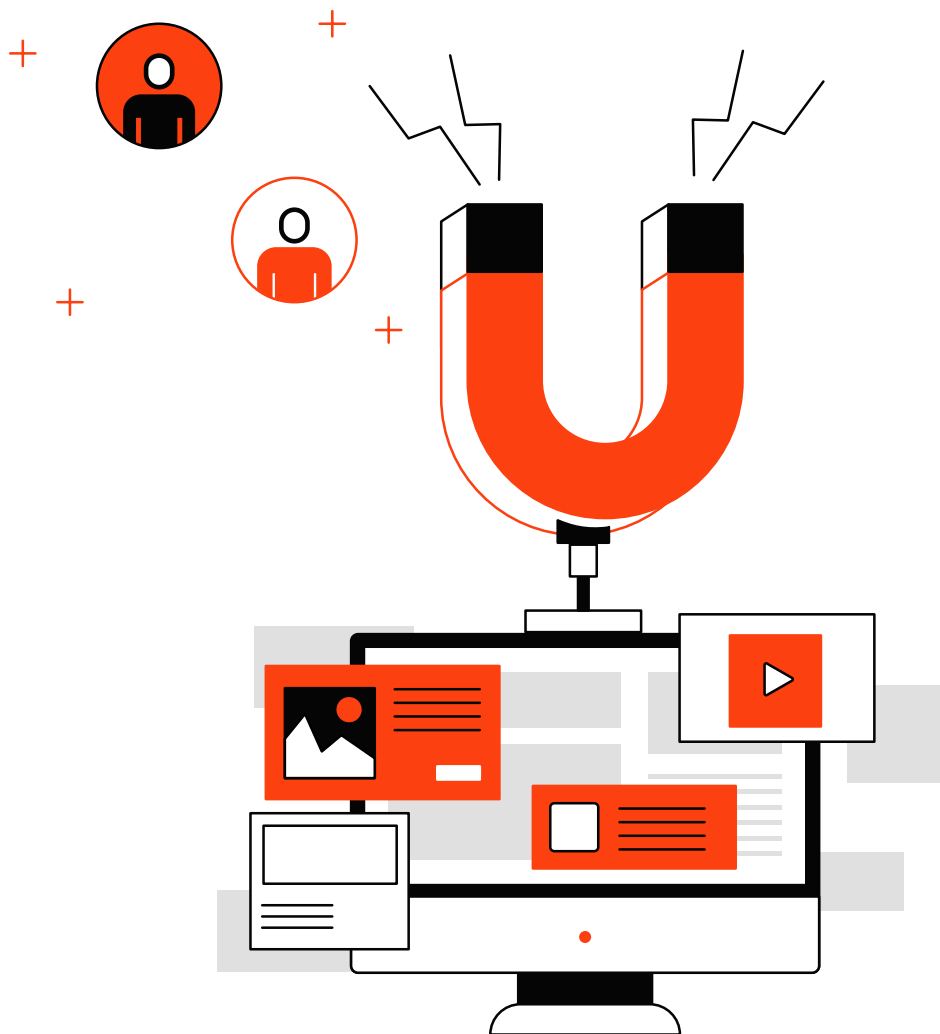


VOICE SEARCH MARKETING



La búsqueda por voz es un instrumento que promete crecer exponencialmente en los próximos años. La evolución de los teléfonos inteligentes y el crecimiento de los asistentes virtuales son las principales razones para expandirse de esta tendencia. Una investigación reciente de ComScore señala que actualmente, el 20% de todas las búsquedas de Google usan canales de voz. Para el 2020, este número debería saltar al 50%. El estudio también mostró que el 41% de los adultos usa esta facilidad al menos una vez por día para buscar datos y direcciones sobre comercios y empresas locales.





INBOUND MARKETING



Aunque el concepto ya es bastante consolidado entre empresas, el Inbound Marketing continuará creciendo hasta el 2020. Esto es porque la gente es cada vez más exigente antes de comprar un determinado producto. Buscar contenido de información variada sobre los distintos canales de comunicación ya es una característica consolidada del comportamiento de compra del consumidor en cualquier sector. Los cebos digitales crecen a pasos agigantados. Además de los libros electrónicos, los espacios crecen para aumentar la información a través de cursos, video aulas, aplicaciones, talleres reales o virtuales y Hangouts. Diversas plataformas han sido utilizado para ayudar al cliente en su jornada de compras.

OUTBOUND MARKETING



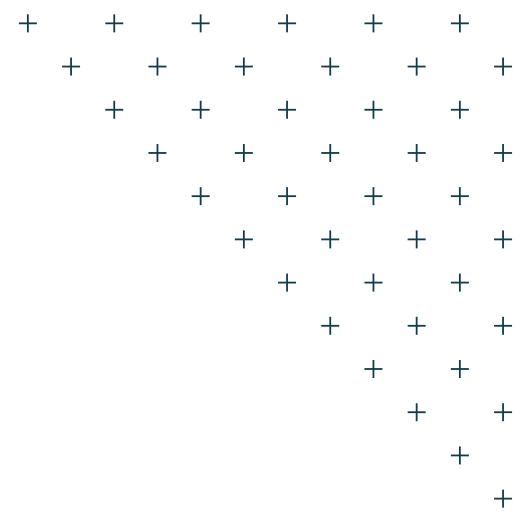
A diferencia del inbound marketing, el Outbound Marketing es la estrategia de la propaganda propiamente dicha. Se refiere más a la conversión de clientes en el fondo del embudo. Aunque parezca una estrategia muy antigua, la verdad indiscutible es que con el enfoque en el consumidor final, el 2020 será el año del Outbound Marketing.

Esto se debe a que las empresas, al enfocarse cada vez más en sus clientes, priorizan estrategias de divulgación a través de los numerosos canales digitales como Instagram, Facebook, Google, entre otros. El objetivo es llegar a audiencia con mayor precisión.





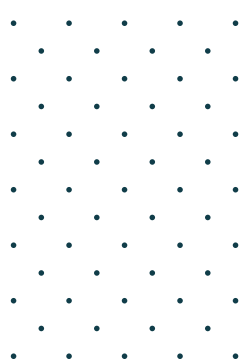
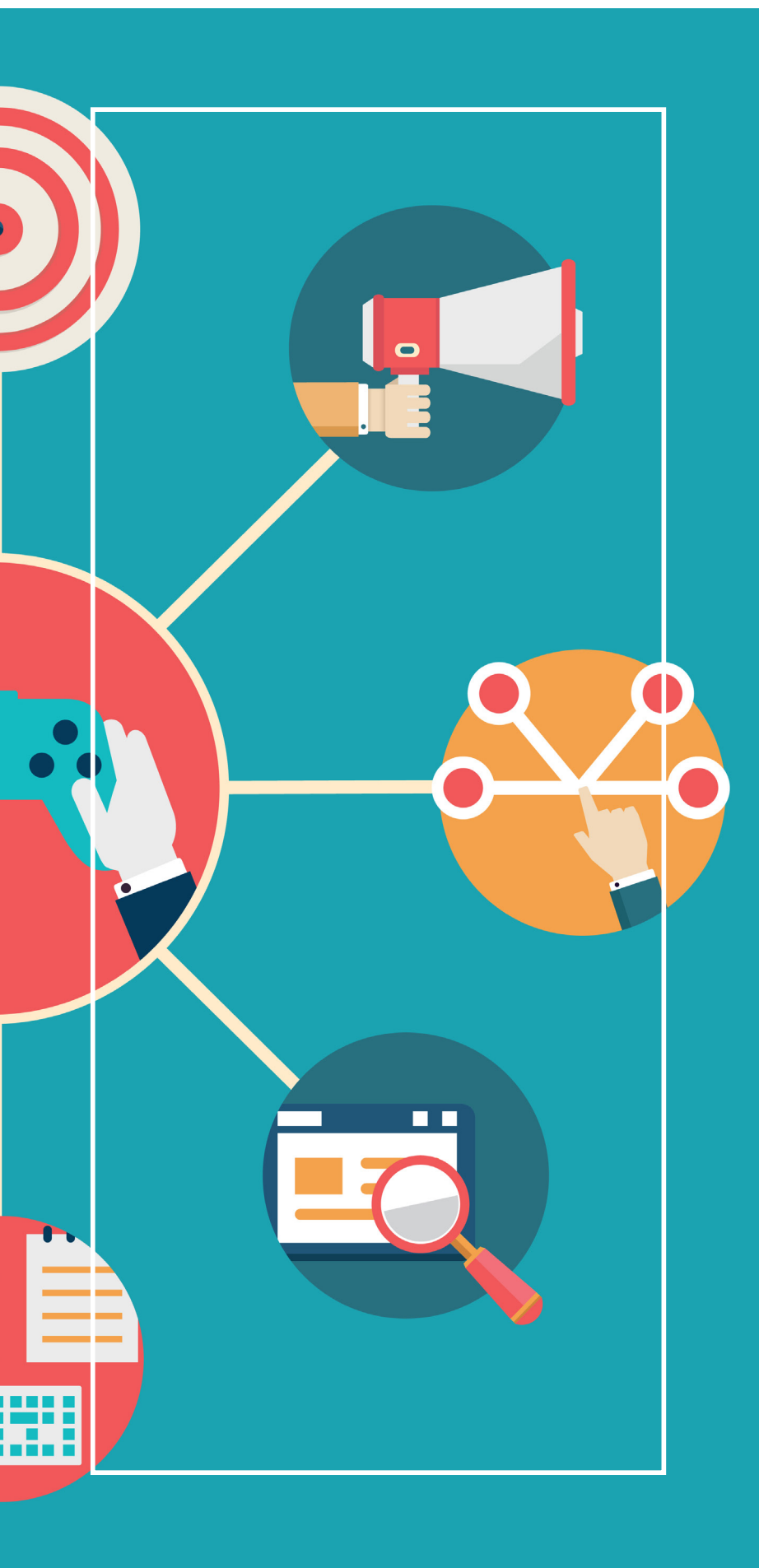
GAMIFICACIÓN



Esta es sin duda una estrategia reciente pero que vendrá con todo para el año 2020 tanto para entrenamiento interno de la empresa como para al mundo de los señuelos digitales.

Además de contenido en video o texto, las empresas tienen la posibilidad de informar sobre sus productos y resolver los problemas y dudas de los clientes a través de juegos.

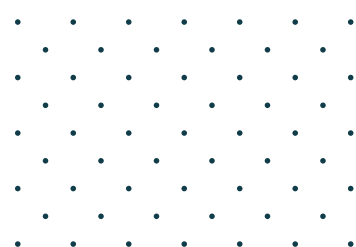
Citemos como ejemplo una tienda de ropa. Pueden crear un juego electrónico y dentro del entorno virtual el jugador tendrá que poder maximizar un valor estipulado. Y cuanto más eficiente sea en esta misión, se ganarán más puntos. Este es solo un ejemplo de cómo los juegos pueden de manera divertida e incluso lúdica, ayudar en la estrategia de ventas corporativas y en la aproximación de las marcas con su audiencia.





Whiteboard Animation

(Animação em Quadro Branco)

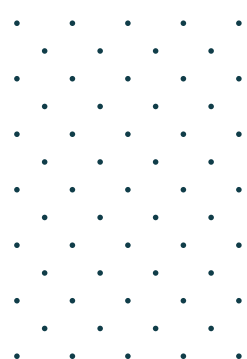


WHITEBOARD ANIMATION - ANIMACIÓN EN PIZARRA



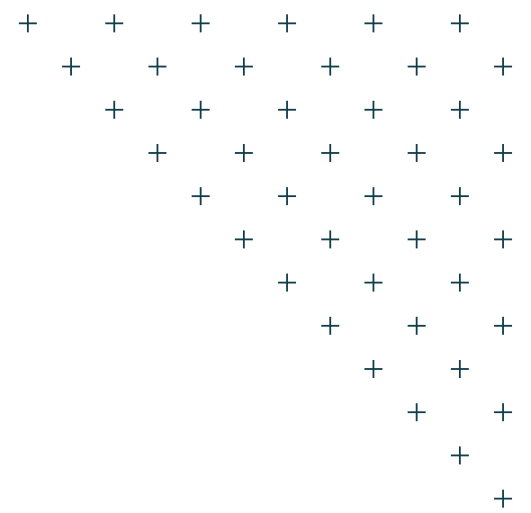
Sabes lo que significa la animación Whiteboard? Es un video corto que crea dibujos mientras una voz habla sobre cierto tema. Se estima que la animación en pizarra tiene un poder de conversión de hasta 67% más grande que los medios ordinarios. La animación de pizarra es un video corto donde mientras una voz va narrando aparecen dibujos durante el video relacionado con el tema.

Hay investigaciones recientes que confirman que esta animación de pizarra tiene hasta 67% de poder de conversión más que los medios ordinarios. Esto se debe a que la publicidad es entendida por el cerebro humano de dos formas: audición y vista. Así, a través de una caricatura el cliente interactúa más sobre el contenido y capta el mensaje de forma más efectiva.



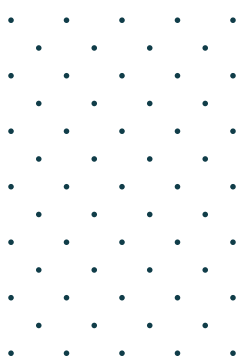


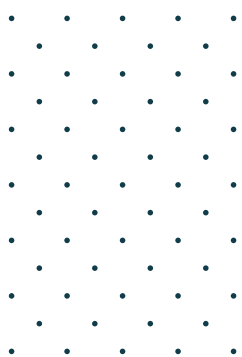
VIDEO MARKETING



El Video Marketing es una forma de presentar soluciones a la mayoría de los clientes. Los videos interactivos poseen una alta tasa de conversión y han estado ganando impulso en los últimos años en la web. De esta manera, trabajar con canales en Youtube, Snapchat, Instagram y Twitter se ha convertido en una gran herramienta para que las empresas difundan contenido útil y su trabajo, de una forma más dinámica e interactiva.

Es importante tener en cuenta que el Video Marketing necesita un poco de cuidado. El tamaño, por ejemplo, no debe exceder los 15 minutos y la edición que necesita debe estar muy bien hecha para que el video no gane aire de amateurismo, además de ser ágil para que el video no sea agotador. También es importante prestar atención al elegir la ambientación del video, para que pueda corresponder al contenido que aplique.





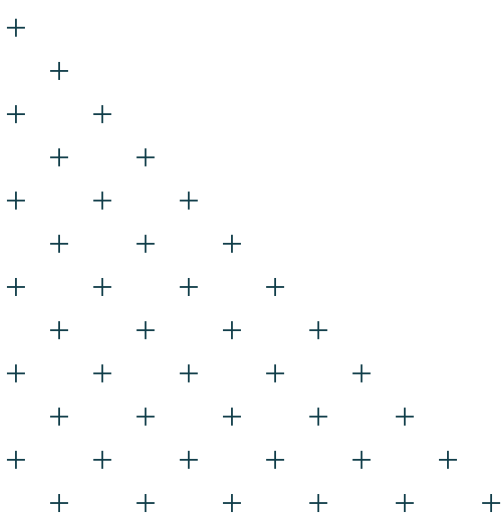
LOS AVANCES DE LAS REDES SOCIALES



Entre todas las tendencias para el año que viene, uno es sin duda el más grande de estos, el avance de las redes sociales. En esta década, las redes ganaron mucha fuerza y las empresas comenzaron a usarlos como una forma de propagación de sus productos y servicios al público.

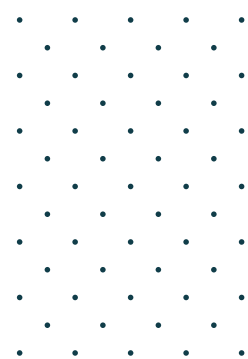
Sin embargo, con el avance del Marketing Digital, la comunicación a través de las redes sociales deben mantener su enfoque totalmente en el cliente. Por eso es importante buscar soluciones alternativas, creativas y claras para alimentar su línea de tiempo. Divulgación a través de videos institucionales, animación whiteboard, entre otros recursos ayudará en aumentar y convertir el potencial de compradores.

En este universo de redes sociales, la tendencia en expansión es la de los “lives”, que son transmisiones en vivo. Son unánimes y realizados por profesionales liberales, grandes y pequeñas empresas. Porque muestran lo nuevo en tiempo real, crea interacciones más dinámicas y cercanas. En un tiempo que el cliente quiere sentir para ser tratado como único, este mecanismo es un gran aliado de cualquier marca.





EL FUTURO YA COMENZÓ

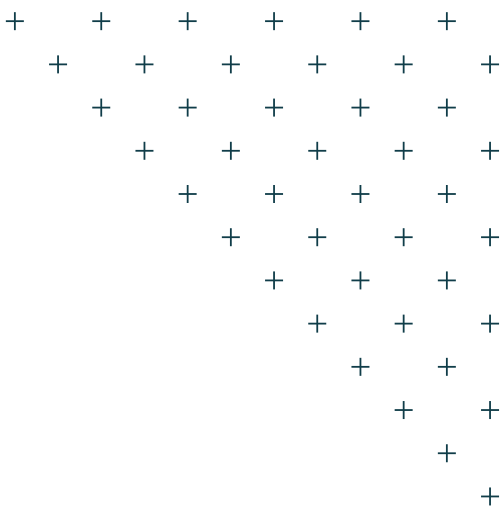


Como podemos ver, las tendencias del Marketing Digital para el año 2020 son amplias. La próxima década traerá transformaciones nuevas y profundas en hábitos de consumo. Predicciones anticipan que en la década de los 30 no tendremos más el comercio físico de la forma en que lo conocemos hoy. Muchas compañías han comenzado ya la migración a ventas en línea, dedicando tiempo, inversión y estrategia para aumentar la distribución digital de sus productos. Por eso Seda Hub, una plataforma para la enseñanza en línea de SEDA ayuda a capacitar profesionales de diferentes áreas, no solo Marketing Digital, a través de una amplia gama de cursos.

Nuestro objetivo es ofrecer calidad de enseñanza y asegurar que nuestros estudiantes estén sintonizados con el contenido actual para ingresar y ser capaces de sobresalir en un mercado laboral cada vez más competitivo y que se transforma a alta velocidad. En nuestra gama de cursos contamos con especializaciones de MBA a Nano Graduación. Nuestros instructores y los profesores son profesionales destacados en el mercado y en el mundo académico. Si disfrutaste este ebook y quieres saber más sobre Marketing Digital ¡no olvides participar en nuestros cursos! Después de todo, ¡el futuro ya comenzó!



¿TE GUSTÓ NUESTRO LIBRO?



En Brasil, SEDA Executive Education tiene su sede en Sao Paulo y ofrece Programas de MBA, postgrado, Nano Graduación, Especialización Lato Sensu y Módulos Internacionales en Europa. SEDA Executive Education, en asociación con ESUP (Escuela Superior de Negocios) ofrece el programa MBA Global Business Experience y sus especializaciones que cubren todas las principales áreas del estudio de negocios con módulos impartidos por profesores bilingües, contenido en Portugués e inglés, así como inmersiones en Dublín-Irlanda.

SAN PABLO

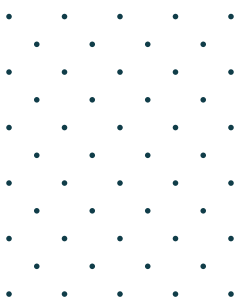
Alameda Santos, 705 - 4º Andar
Jardim Paulista • (11)2667-5003

DUBLIN

68-72 Capel St, Rotunda, Dublin 1
(353) 14734915 • (353) 892013637

EMAIL

contato@mbaseda.com





www.mbaseda.com.br