



JUNTOS PODEMOS

# TENDENCIAS DIGITALES PARA EMPRESARIOS

Juan Carlos Cuervo

Comunicador Social y Periodista

15 de septiembre, 2024.



Organizan:



Apoyan:



# PROPÓSITO



## TEMA

Macrotendencias de comunicación digital actuales y futuras.

- Medios y formatos
- Tecnología
- Comportamientos



## PÚBLICO

Empresarios, organizaciones y marcas personales.

- Directivos
- Emprendedores
- Ventas
- Comunicación



## OBJETIVO

Ofrecer información aplicable para evaluar su comunicación digital y el rol que puede jugar para las metas de su empresa.

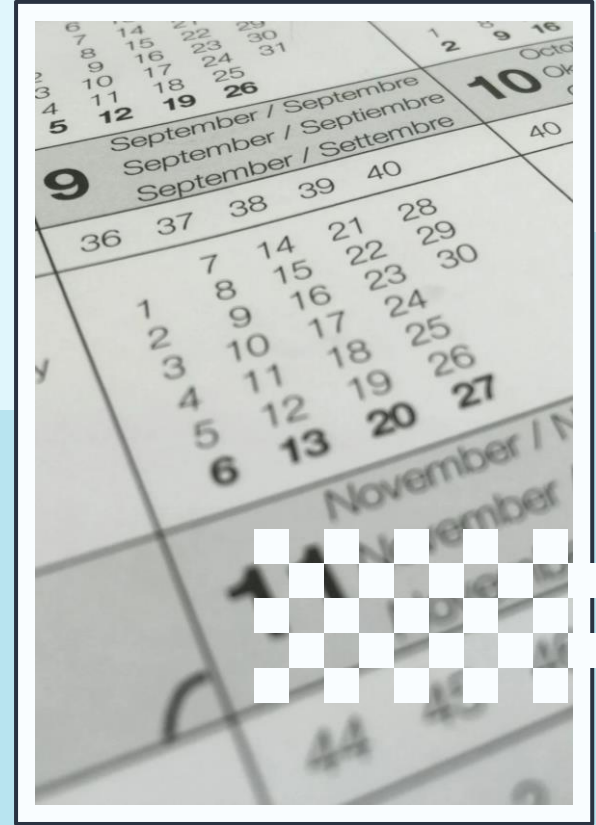
- Diagnóstico básico
- Identificar objetivos

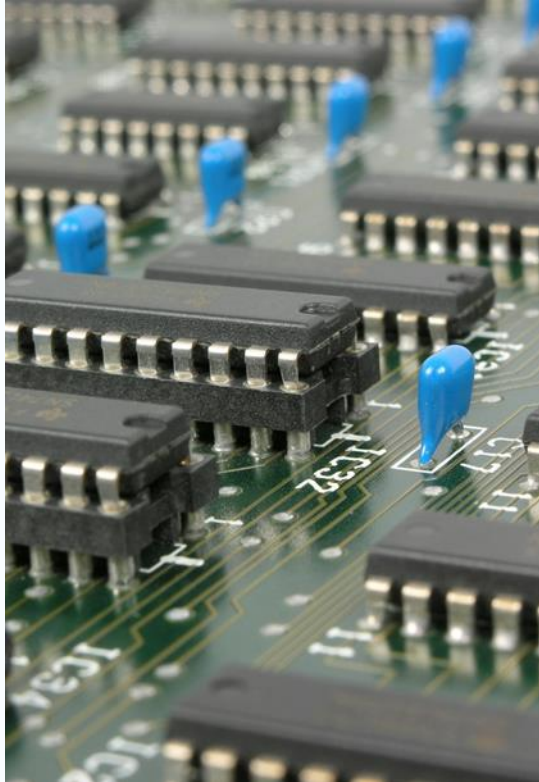




# AGENDA DE HOY

- I. BASES Y CONCEPTOS
- II. TENDENCIAS
  - Medios y canales
  - Tecnología
  - Comportamientos
- III. CONCLUSIONES





**01**

# **BASES**

Definiciones y conceptos generales

# COMUNICACIÓN VS CONTENIDO

## CANALES

Internos y externos



## ESTRATEGIA

Sinergia de objetivos



## REPUTACIÓN

Percepción y aspiración



## CREATIVIDAD

Conceptos y contenidos



## CAMPAÑAS

Delimitadas y concretas.



## IDENTIDAD

Construcción de marca

Lento



Rápido



# CANALES DE COMUNICACIÓN

Son las vías por las que interactuamos con diferentes públicos. Cada canal tiene características y funciones propias.

## INTERNOS



## EXTERNOS



# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Son **canales externos** dedicados a crear y difundir información y/o contenidos que influyen sobre la opinión pública. Pueden ser **tradicionales**, **digitales** o **presenciales** (BTL).

# INVENTARIO DE MEDIOS



— CONTROL —

# CUSTOMER JOURNEY



Fuente: HubSpot – Qué es Inbound Marketing

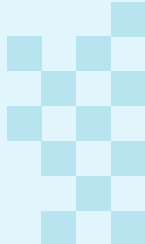
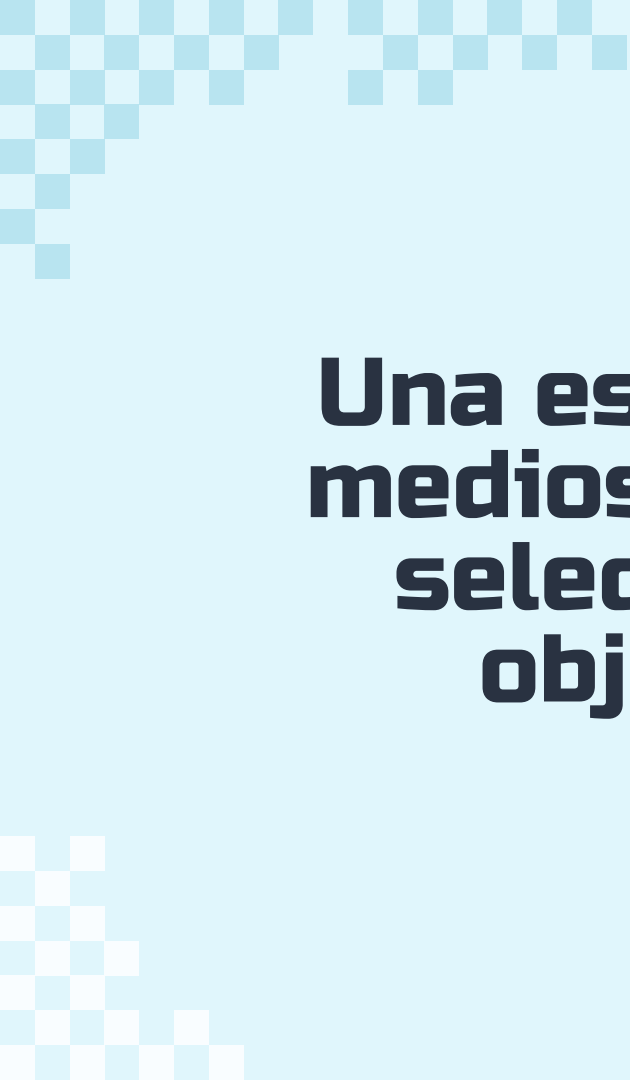
# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



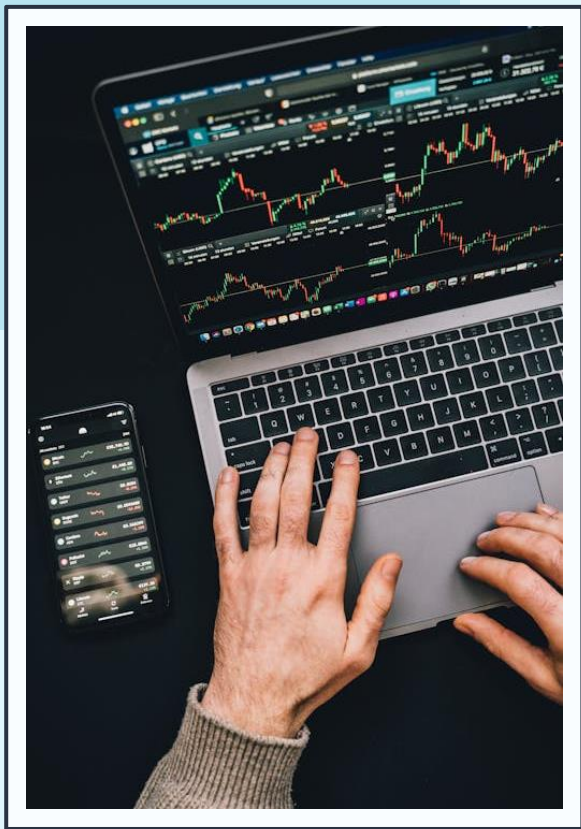




**Entonces...**



**Una estrategia es usar los medios y canales de forma selectiva para alcanzar objetivos definidos.**



# 02

# TENDENCIAS DIGITALES

Resumen de últimos estudios para 2024-2025

# COMUNICACIÓN OMNICANAL



Contenidos para  
diferentes etapas del  
customer journey  
replicados en  
diferentes canales.



## OPORTUNIDADES

- Tests A/B.
- Diversidad de mensajes.
- Optimización y upcycling de contenido.
- Reforzar identidad.
- Redundancia positiva

## AMENAZAS

- Dificultad de administración
- Mayor demanda de atención
- Redundancia negativa (contradicción)

# PERSONALIZACIÓN



Comunicación dirigida  
a clientes específicos.  
Retargeting.

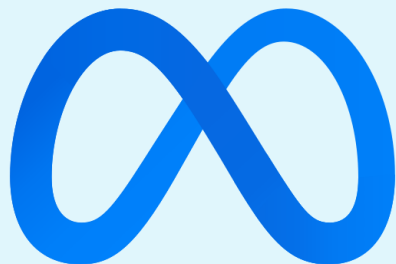
## OPORTUNIDADES

- Optimización y upcycling de contenido por etapas del customer journey.
- Mayor persuasión e influencia (50% más fidelización)
- 21% más conversión en ventas
- Nichos y microinfluencers

## AMENAZAS

- Privacidad
- Recolección de datos
- Consistencia de marca
- Necesidad de perfilar audiencias

# REDES SOCIALES EN AUGE



Los clientes están recurriendo a RS para todo: búsqueda, descubrimiento, ventas y servicio.

## OPORTUNIDADES

- Meta sigue liderando, con Facebook e Instagram sobresaliendo en ROI.
- Oportunidad de cocreación
- Perfilamiento de nichos
- Micro-influencers
- Colaboraciones y alianzas

## AMENAZAS

- Necesidad de pauta
- Riesgo reputacional
- Demanda de contenido
- Bloqueos creativos
- Transferencia de reputación negativa
- Brand voice

# SOSTENIBILIDAD Y MARKETING



No es suficiente con hacer las cosas bien, es necesario **COMUNICARLO**.

Las acciones de Responsabilidad Social, programas de Sostenibilidad e Inclusión pueden llevar a incrementos de 19% en ventas.



# TECNOLOGÍAS EMERGENTES

- Realidad Virtual
- Videojuegos





# Formatos Exitosos



## EL VIDEO ES REY

Los formatos cortos son los más exitosos para convertir, awareness y engagement para marcas.  
**Publicidad natural.**



## MENSAJERÍA

Los canales de venta por SMS y WhatsApp vienen en ascenso, requieren optimización.

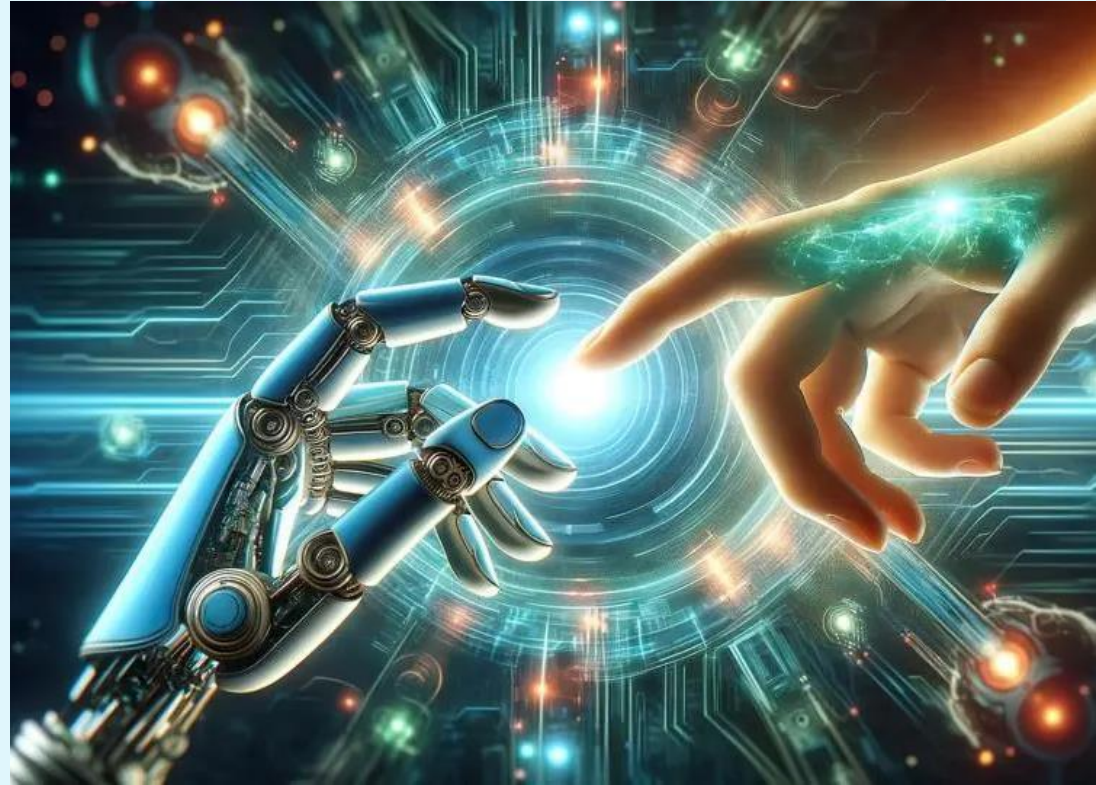


## DINÁMICOS

Contenidos dinámicos, adaptables y variables según la ocasión.

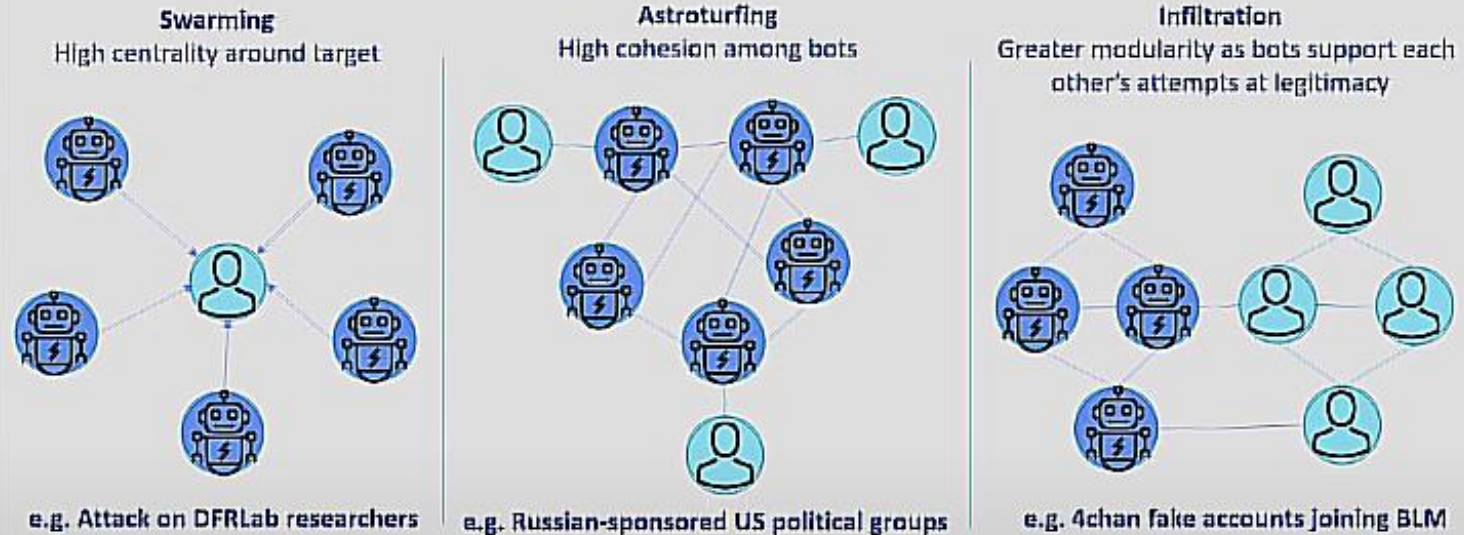
# Inteligencia Artificial

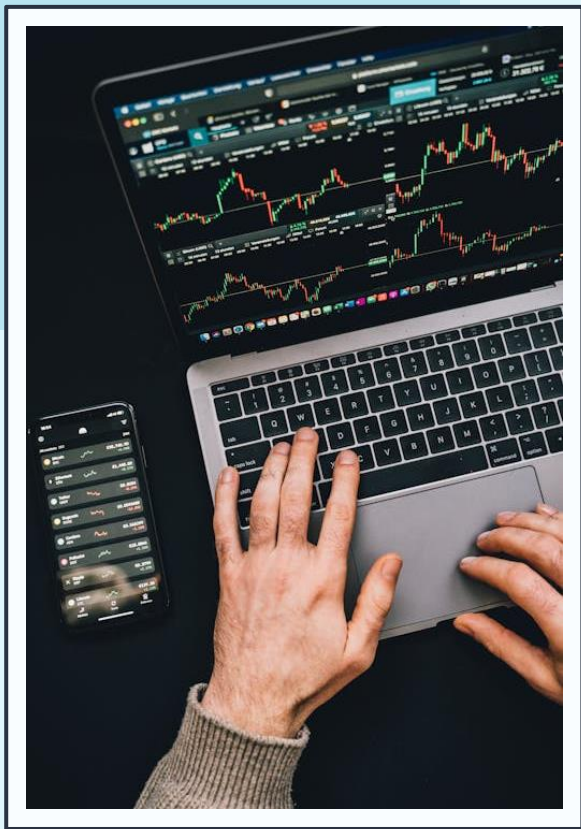
- Multiplicador
- Optimizador
- Análisis
- Upcycling



# Amenazas amplificadas

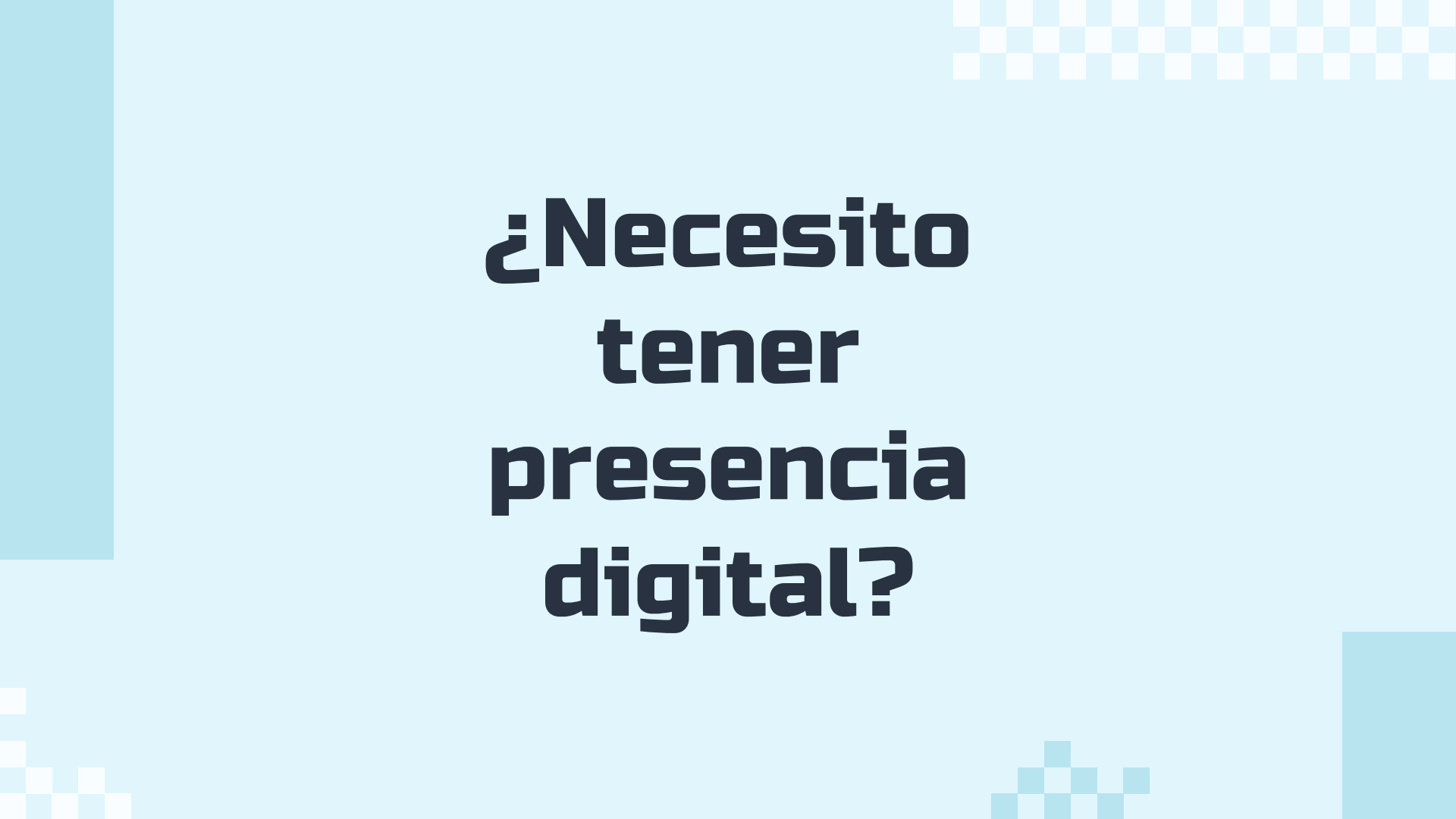
## Measurements Help Characterize Campaigns





**03**

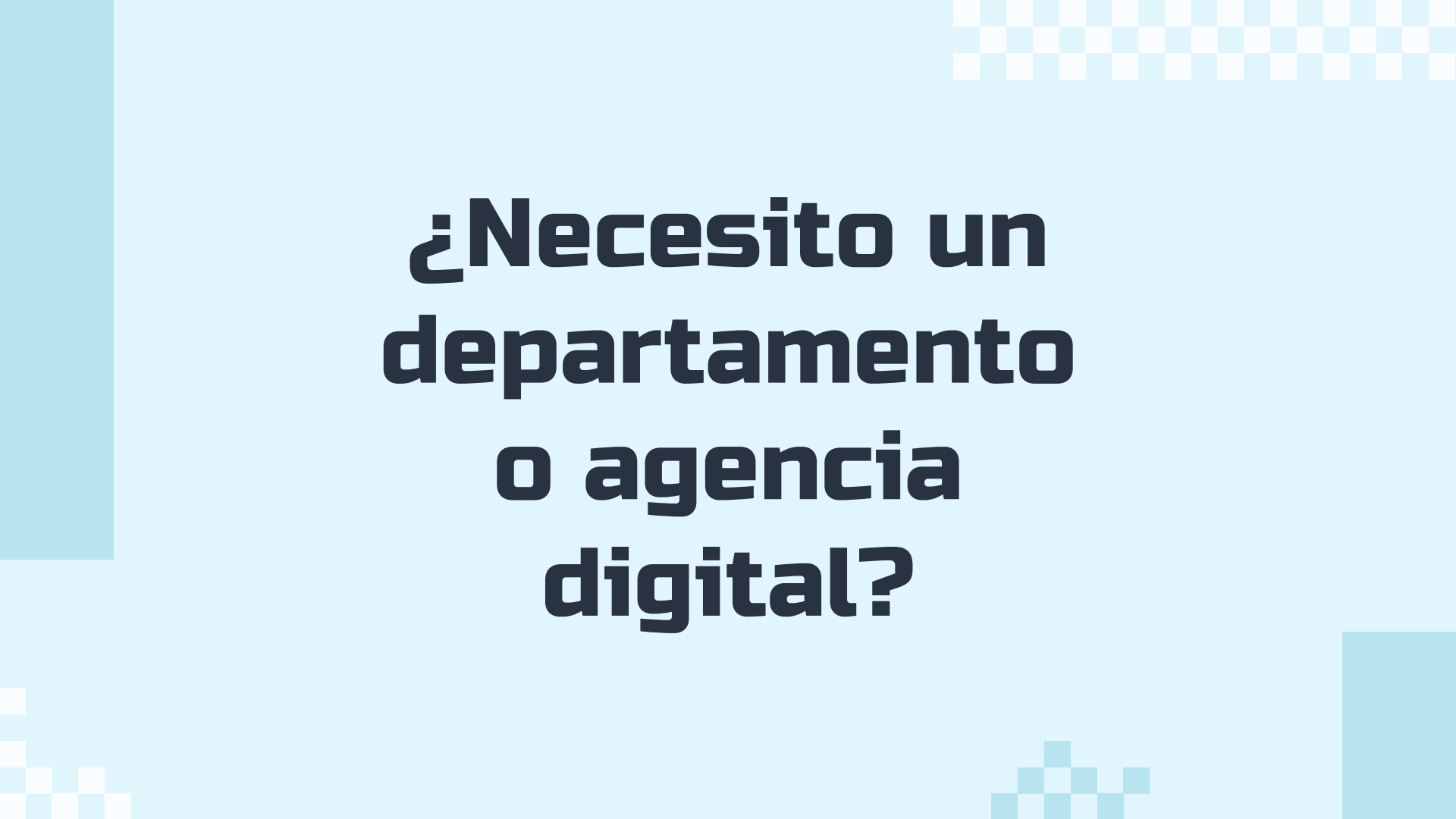
**CONCLUSIÓN**




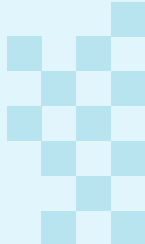
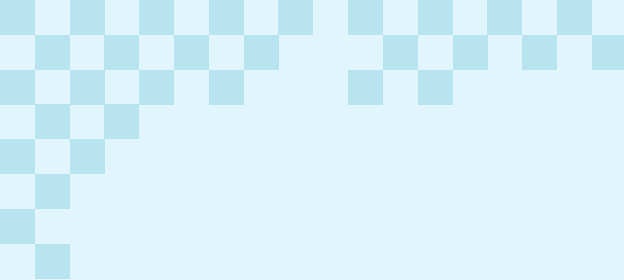
**¿Necesito  
tener  
presencia  
digital?**



**Sí, pero debe estar  
alineada con los objetivos  
generales de la empresa.  
Más no siempre es mejor.**




**¿Necesito un  
departamento  
o agencia  
digital?**



**No siempre. Pero sí es  
necesario tener una  
estrategia de comunicación.**

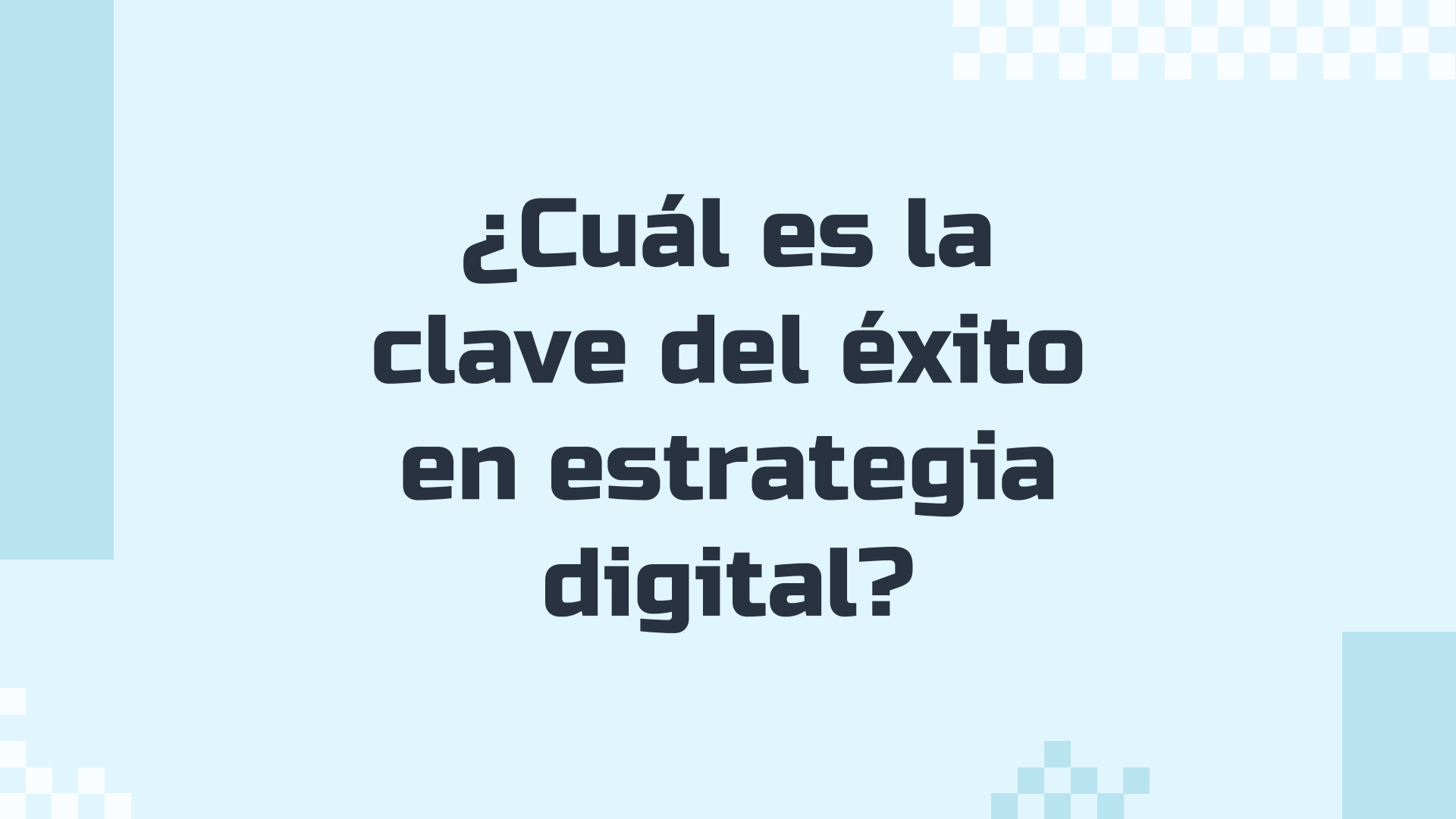




**¿La I.A. va a  
acabar con los  
equipos de  
marketing?**



**No, es un gran  
potenciador...  
si se usa bien.**



**¿Cuál es la  
clave del éxito  
en estrategia  
digital?**

- 
- 
- 
- **Consistencia**
  - **Conocimiento**
  - **Prioridades**
  - **Creatividad**

# ¿Workshops, asesorías, consultas?

JUAN CARLOS CUERVO  
321 4667199  
juancutr@gmail.com

<https://www.linkedin.com/in/juan-carlos-cuervo-t>

