

¡Todo los recursos que necesitas para
crear una estrategia de marketing más
inteligente en el **2023!**

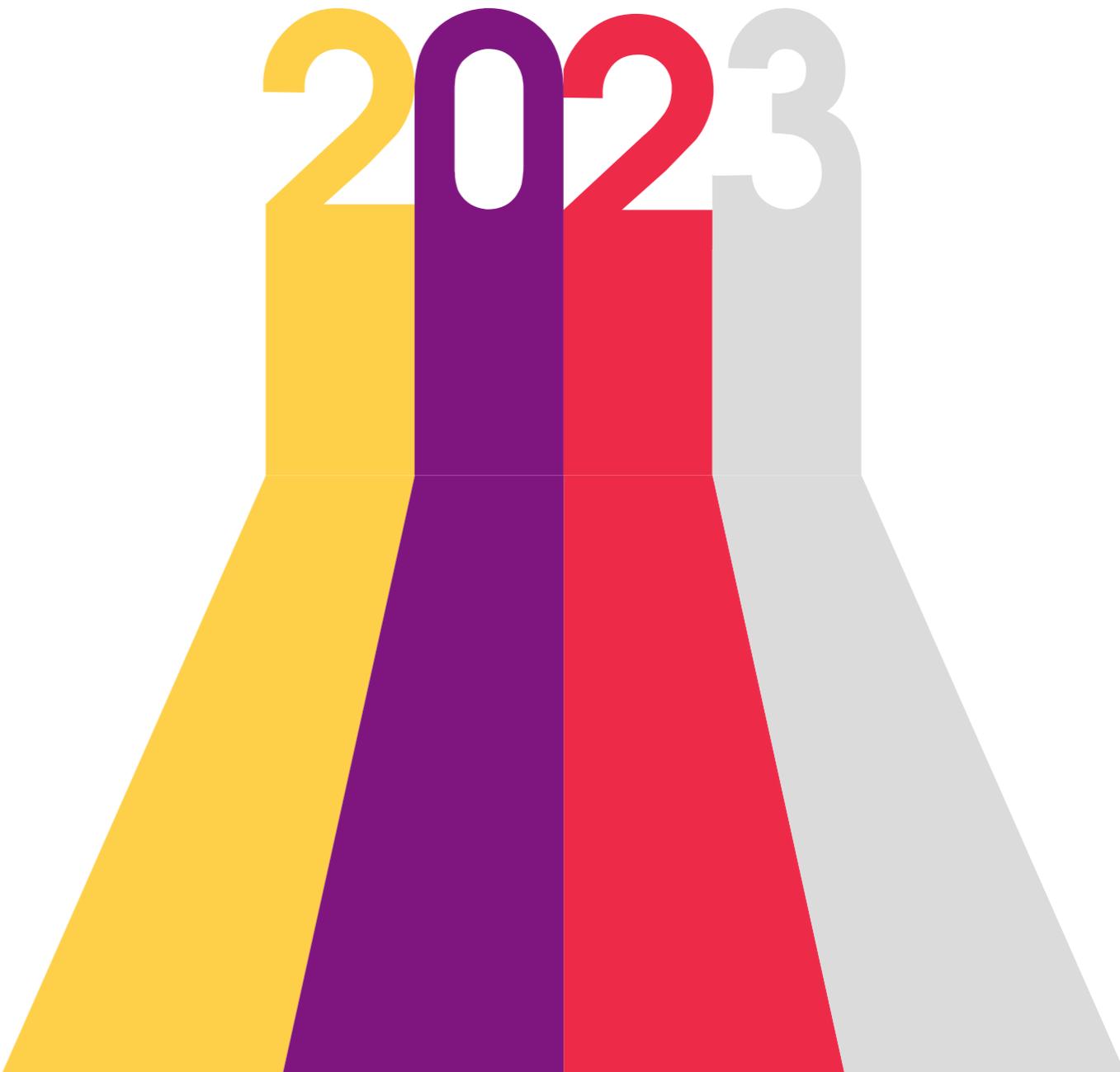
Introducción

Estrategia de adaptación

Durante el **2022**, las restricciones de la pandemia finalmente comenzaron a disminuir y las empresas comenzaron a normalizar su operación. A medida que avanzamos hacia el año **2023**, la situación parece ponerse un poco difícil por la recesión que se avecina, el aumento en la inflación, la disminución de gasto del consumidor y la reducción de la fuerza laboral en algunos sectores.

Según una investigación de HootSuite, las empresas están asignando mayores presupuestos a los canales digitales y en el 2023 los especialistas de marketing social se tomarán el tiempo para cuidar y evaluar todas sus oportunidades puesto que el marketing digital llegó para quedarse.

Esperamos que nuestro informe de predicciones en comunicación de 2023 pueda servir bien en medio de un año decisivo y fundamental para las empresas.



2023

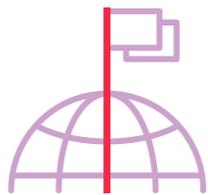
El marketing actualmente

Los influenciadores de las diferentes redes sociales están dominando el compromiso digital, creando y produciendo contenido de alta calidad que compite con las grandes marcas. El **video marketing** seguirá aumentando, por lo que es necesario invertir en videos de formato corto.

En un estudio realizado por HubsPot a más de 1600 especialistas en marketing de B2B y B2C de todo el mundo y de todas las industrias, descubrió que:



El principal formato de contenido son los videos por tercer año consecutivo.



Los canales digitales serán el canal #1 de marketing.



Los videos en formato corto como los Reel de Instagram y Tik Tok son los más efectivos en plataformas de redes sociales.



Instagram, YouTube y Facebook son las plataformas principales de uso.



El 83% de los profesionales de marketing digital piensa que es mejor crear poco contenido de calidad que bastante contenido.

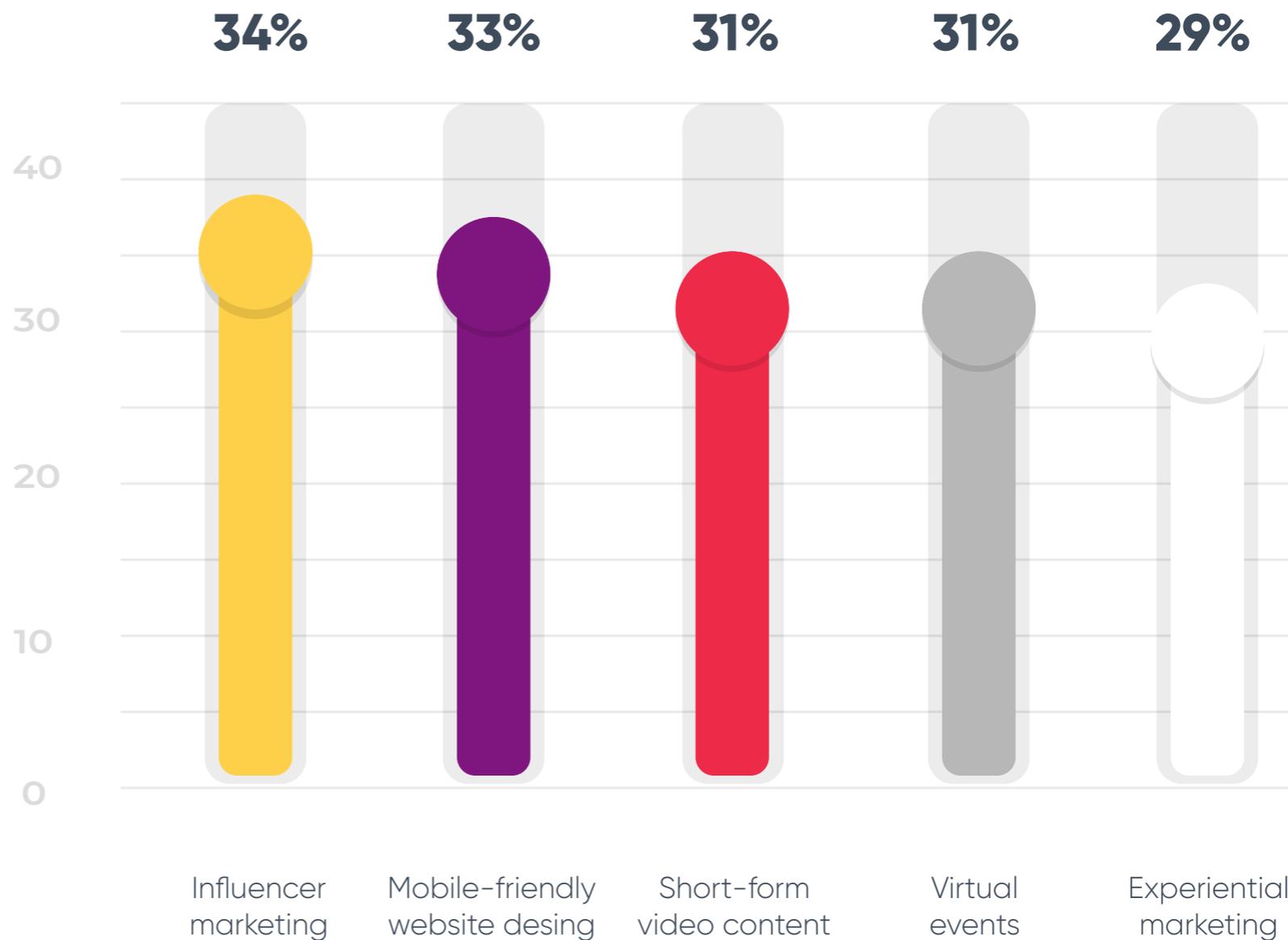


Facebook tiene el mejor retorno de inversión versus las demás plataformas sociales.



Las empresas incrementarán el uso de WhatsApp para empresas para incentivar las ventas.

¿Cuáles
tendencias
son las más
utilizadas?





Tendencias 2023





Análisis de datos

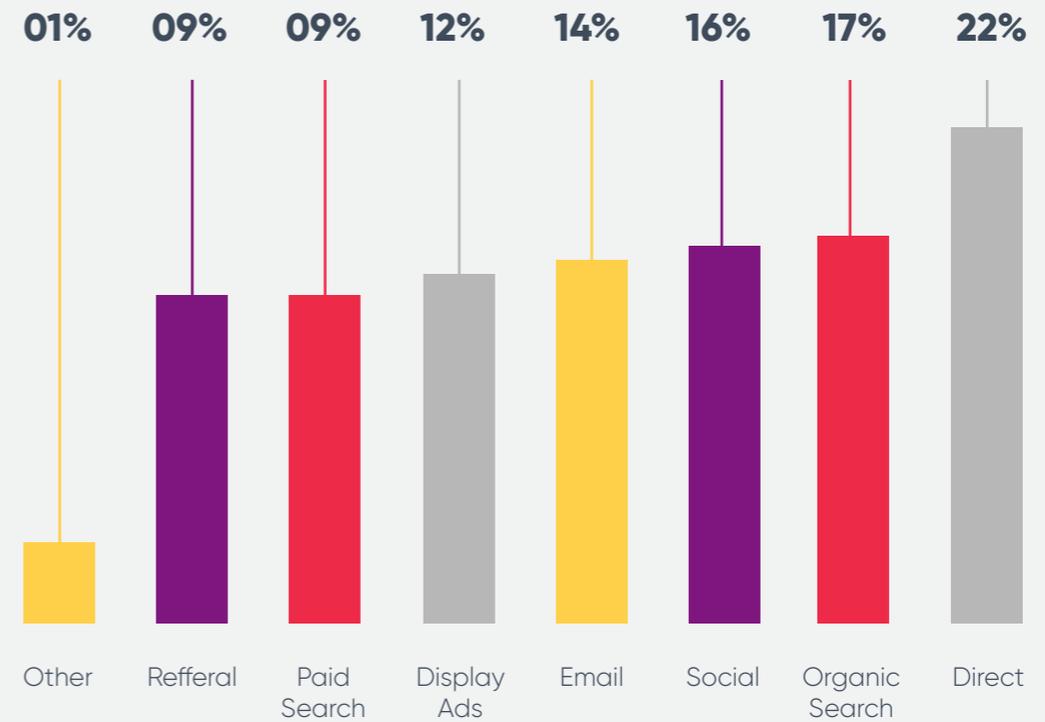
1

Para empezar, es importante considerar que las métricas más importantes deben ser definidas por cada negocio. Una vez que se hayan creado y lanzado las campañas de marketing, sitio web, correos electrónicos, publicaciones en redes sociales y eventos, se puede optimizar continuamente la **estrategia de marketing** en función de cómo responde la audiencia.

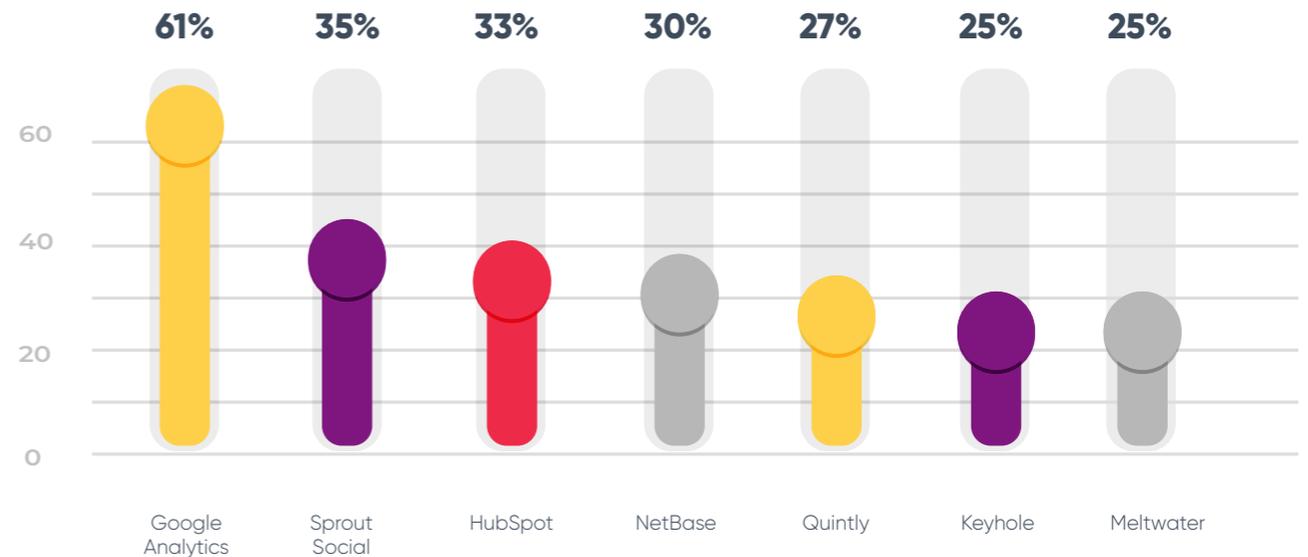
Desarrollar campañas de marketing requiere tiempo, esfuerzo y presupuesto. ¿Debe el equipo poner la mayor parte de sus esfuerzos en el correo electrónico? ¿WhatsApp? ¿Video? ¿Podcasting? ¿Tik Tok?

Si bien las personas tienen sus propias preferencias cuando se trata de investigar sus marcas favoritas y recopilar información en línea, las redes sociales continúan siendo un camino común para establecer relaciones con las empresas. Además, las consultas directas y orgánicas sobre los motores de búsqueda y las palabras clave asociadas son de **vital importancia** para la visibilidad en línea. Es importante tener en cuenta que todo el contenido web debe ser receptivo y estar optimizado para las vistas en dispositivos móviles, computadoras de escritorio y tabletas.

¿En dónde están las audiencias online?



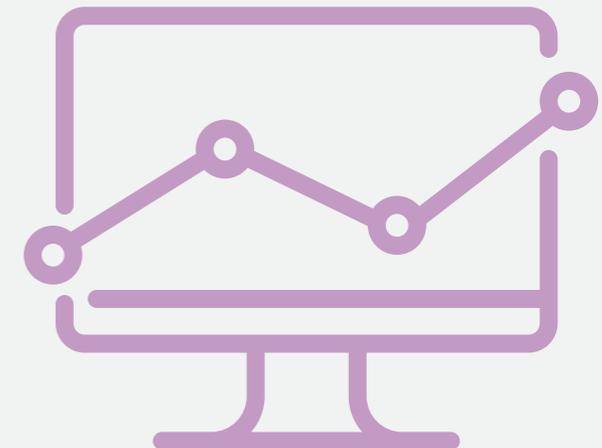
¿Qué herramientas se utilizan para medir?

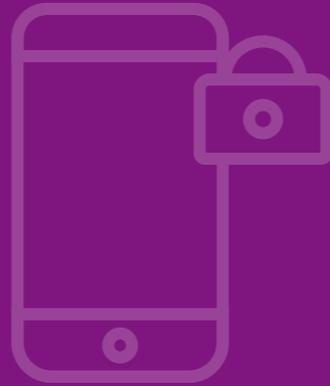




Es necesario contar con datos para poder analizar a tu audiencia y afinar tu estrategia de canales digitales. Esto se puede conseguir mediante formularios, registros en la página web, sorteos en redes sociales, campañas de actualización de datos por SMS, entre otros.

En el **2023** las empresas persiguen el uso del **Big Data** que les permitirá llegar a una base de datos más grande para poder ofrecer productos y servicios en el momento adecuado y de la forma más apropiada.





Privacidad de los usuarios

Con la creciente popularidad y el uso de medios digitales, los ciberataques han aumentado los riesgos en todo el mundo. Estos ataques ocurren debido a la recopilación ilegal de datos, el procesamiento negligente de datos o la seguridad deficiente de los datos personales. Además, numerosos eventos de seguridad cibernética que resultaron en violaciones significativas de datos personales han puesto la privacidad de los datos en la lista de problemas globales. También se están creando e implementando muchas leyes para proteger los datos personales de las personas.

Todo lo relacionado con privacidad es un tema más que candente pues parece venir a cambiar las reglas del juego de cómo las marcas se relacionan con los consumidores, pues, en definitiva, el principal reto de toda empresa es **captar su público objetivo**.

En términos generales, el consumidor está dispuesto a compartir datos personales con los anunciantes a cambio de ser confrontado con una experiencia publicitaria más personalizada, es aquí donde los canales digitales son importantes para lograr tanto la experiencia como la captación de datos.

2

En el año 2023:



La portabilidad de datos será una preocupación más prominente.



La inteligencia artificial (IA) y el machine learning tendrá un mayor impacto en la privacidad de datos para facilitar que las empresas protejan la privacidad del consumidor.



Los consumidores tendrán como prioridad la protección de sus datos.



Más empresas proporcionarán servicios relacionados con la privacidad.

Los datos personales que el consumidor juzga como más aceptables para un posterior uso por parte de los anunciantes son la información sobre las compras que ha efectuado previamente (76%) y sobre los medios que más frecuentemente consulta (**74%**).

Dar a los consumidores más control e introducir un sistema autorizado y estandarizado será un enfoque clave de las tendencias de privacidad y protección de datos de **2023**. Estas tendencias emergentes afectarán a los consumidores, propietarios de empresas y gobiernos y sus efectos en la protección de datos.





Comercio. Conversacional

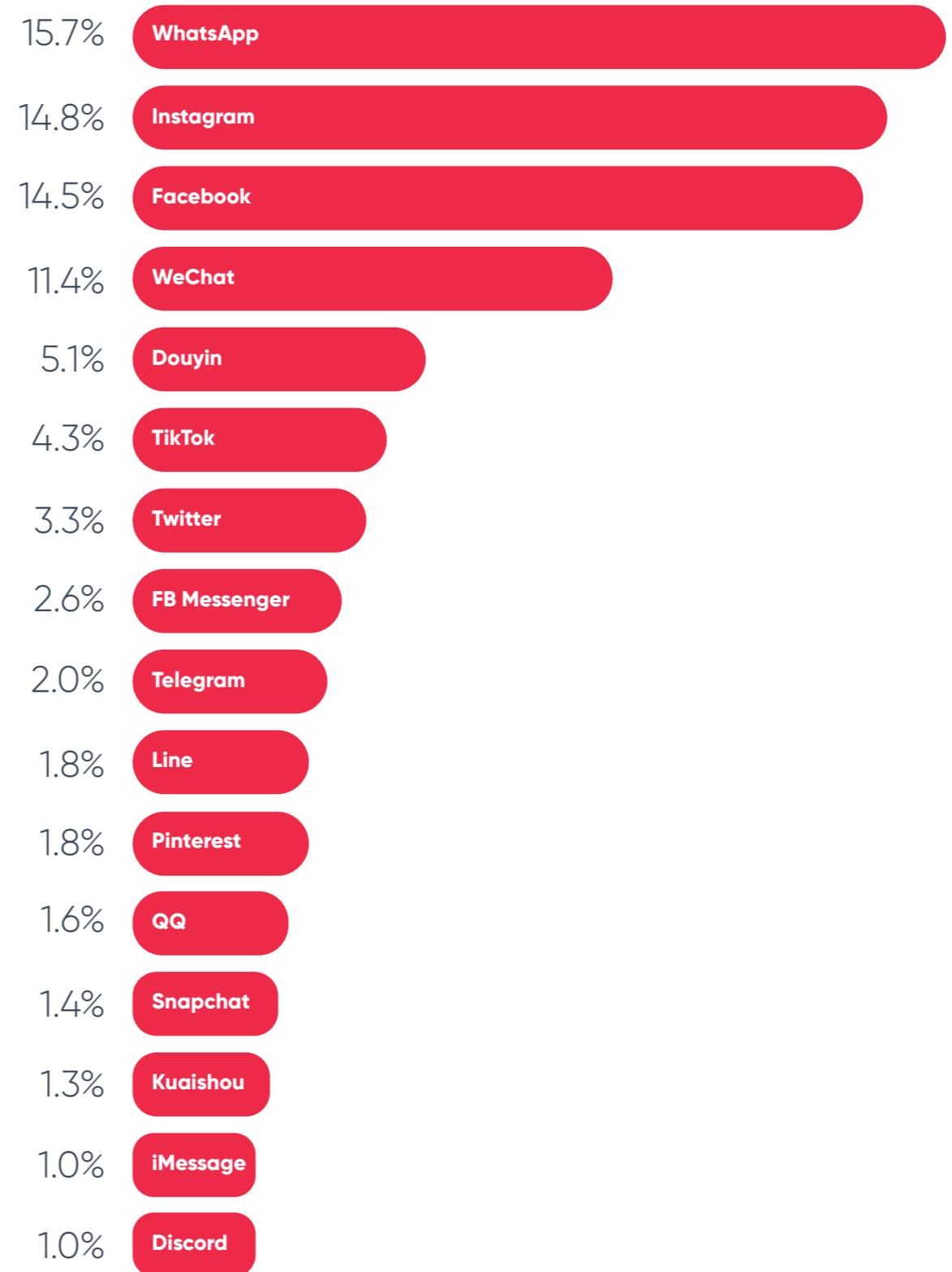
3

El comercio electrónico y conversacional ha prosperado en los últimos años. Las empresas luchan para ganar posicionamiento utilizando los canales digitales, sin embargo enfrentan una brecha de confianza que les impide alcanzar un mayor éxito. Según el reporte de HootSuite & We are Social, las ventas a través de canales digitales **crecerán un 34,4% este año**.

Si hablamos de favoritos, Whatsapp es la plataforma elegida por los usuarios para interactuar. Es un gran canal que además de ser gratis, confiable y con disponibilidad es una herramienta para que los negocios lo implementen en su estrategia de canales digitales con casos de uso como servicio al cliente, venta y mercadeo.

Favorite social media platforms

Percentage of internet users aged 16 to 64 who say that each option is their "favorite" social media platform.





Según una investigación realizada por Meta, la última temporada navideña, 2 de cada 3 personas encuestadas en todo el mundo dijeron que habían enviado un mensaje a través de **WhatsApp** a una empresa. Ya sea que estén buscando información sobre productos, consejos sobre regalos, la ubicación de una tienda, entrega flexible, una reserva para cenar o una compra impulsiva, las personas chatean con empresas por una amplia variedad de razones.



Algunas de las razones por las cuales debes implementar esta estrategia en el **2023**



Influye en las audiencias dentro del mercado.



Minimiza las barreras para efectuar una compra.



Aprovecha un mayor mercado de usuarios móviles.



Automatiza las conversaciones para brindar un servicio al cliente que sea más eficaz.

El comercio conversacional se basa en la conveniencia y la personalización, así como en **apoyar decisiones** mientras los usuarios van de un lado a otro y no están concentrados en una sola tarea. La experiencia del comercio conversacional es mucho más que preocupaciones técnicas y que hay una brecha de confianza que debe superarse para convertir a los compradores escépticos en compradores.

Es importante que al implementar esta estrategia las empresas puedan ofrecer lo básico: ofrecer devoluciones y reembolsos fáciles, mostrar calificaciones y reseñas de otros compradores, mantener informado a los consumidores sobre el estado de su compra a lo largo del recorrido del cliente y mantener el contacto post venta para fidelizar a estos usuarios.





Automatización en procesos de marketing

4

La inteligencia artificial (IA) y el machine learning (ML) serán de mayor relevancia para el año entrante. El IA y ML se pueden usar para limpiar datos, optimizar contenido, mejorar el SEO y más, ahorrando tiempo y dinero a los equipos de marketing.

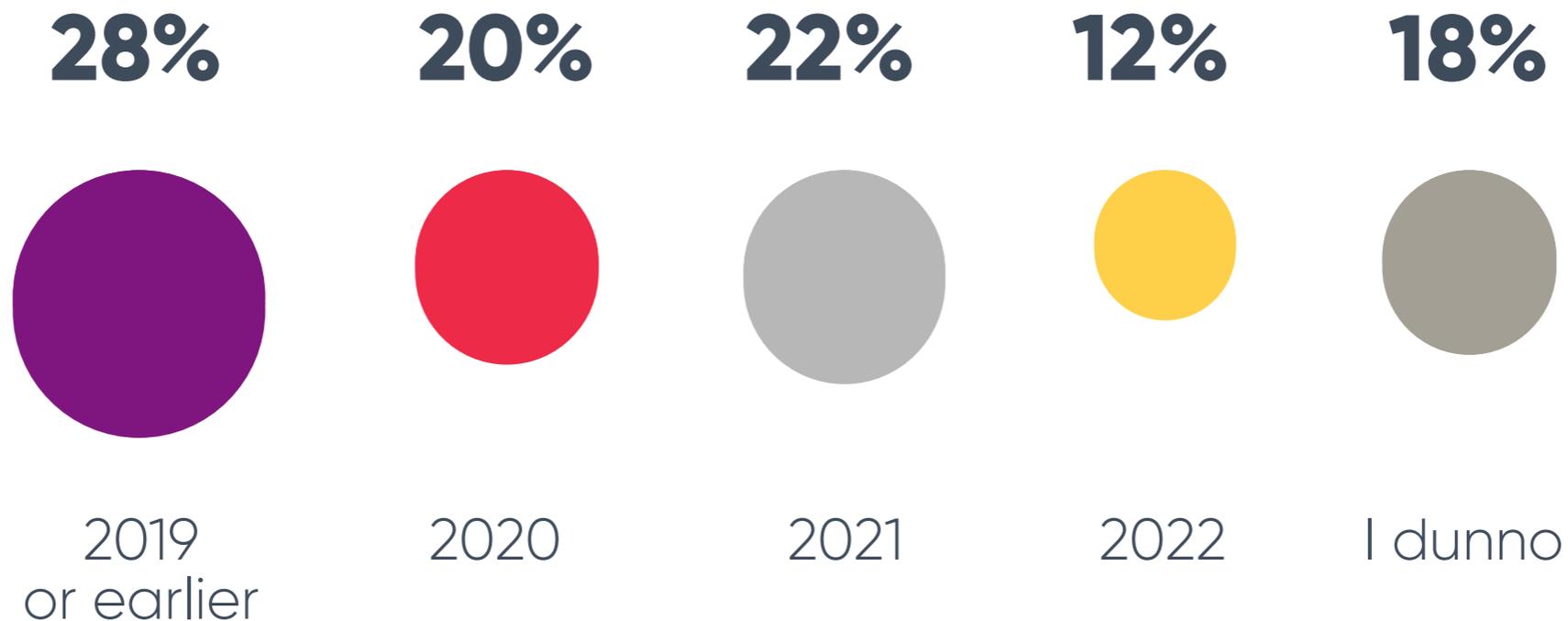
Según el informe State of Inbound Marketing trends 2022 el **17%** de los profesionales del marketing integrarán la automatización o la inteligencia artificial, como los chatbots y la segmentación impulsada por IA, en su estrategia. El **43%** de los especialistas en marketing están de acuerdo en que la automatización y la IA han sido las tendencias más efectivas para el crecimiento de su organización. Es probable que aumente significativamente durante los próximos años.

También el informe menciona que el **78%** de los planificadores de medios utilizan la automatización. Los especialistas en marketing encontrarán formas nuevas y creativas de utilizar la automatización en sus roles diarios y para la organización de marketing.

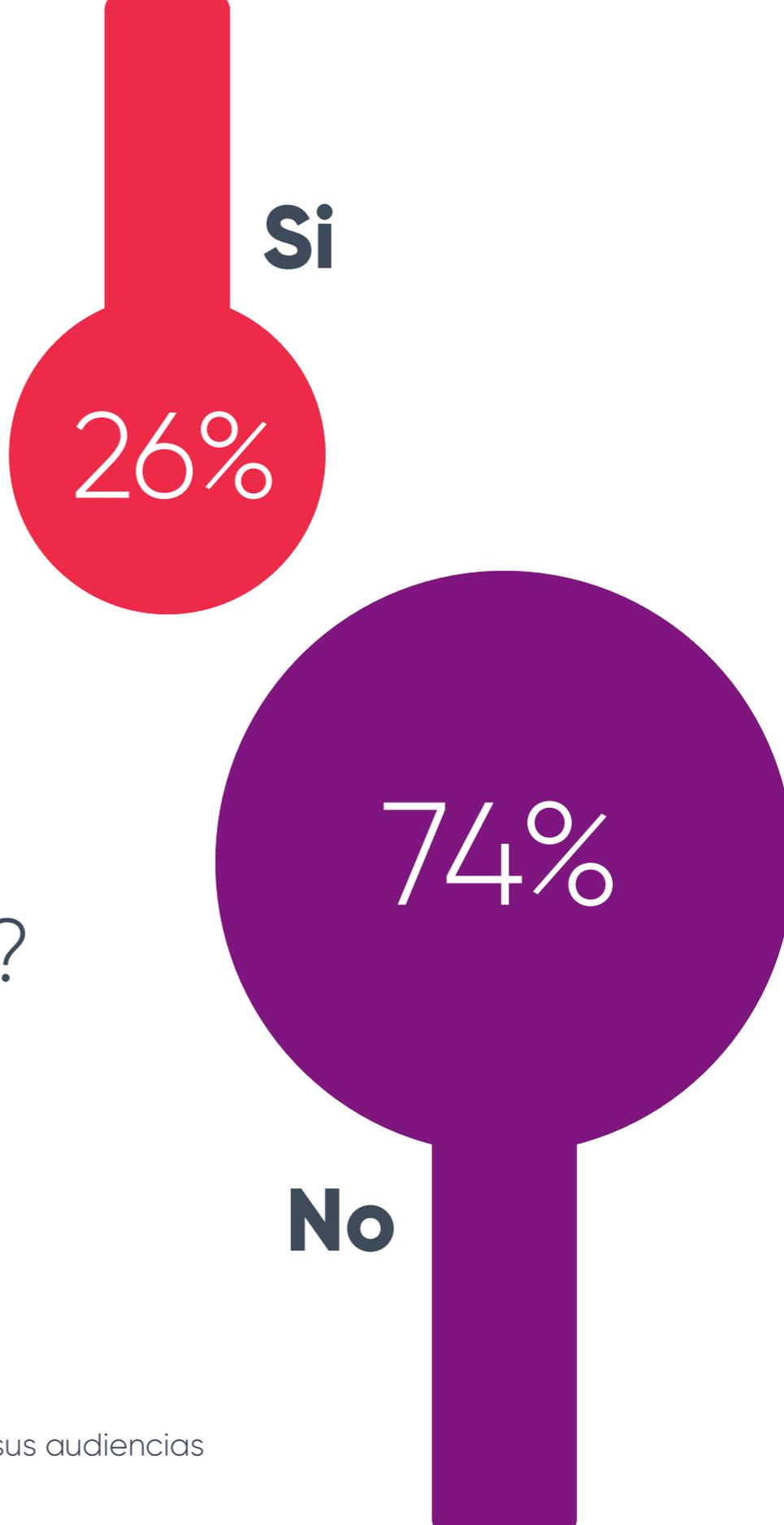
Otras formas de automatización incluyen los chatbots y el marketing omnicanal que continúa siendo una de las mayores tendencias de automatización de marketing para **2023**. Con el marketing omnicanal, las empresas pueden crear una experiencia perfecta en múltiples canales de marketing utilizando la automatización que claramente ayuda a disminuir costos operativos.



¿En qué año implementaron chatbots?



¿Tu organización utiliza
chatbots en
redes sociales o
aplicaciones de mensajería?





Top 22 Technology trends 2022

- Fuente: WWW.UNFOLDLABS.COM

Tecnología

Tamaño del mercado

Industria mas impactada

1	Inteligencia artificial	\$0.4T al 2024	Operación de negocios
2	Data Sciencie	\$81.4B al 2027	TI
3	Automatización	\$13.7B al 2028	Maquinaria
4	Edge Computing	\$4T al 2022	Manufactura
5	Realidad aumentada	\$454.7B al 2030	Videojuegos

Tecnología

Tamaño del mercado

Industria mas impactada

6	Blockchain	\$67.4B al 2026	Banca
7	5G	\$65.5B al 2026	Telecom
8	Cyber Seguridad	\$539B al 2030	TI
9	Internet de las cosas	\$1.39T al 2026	Manufactura
10	Aumento humano	\$288B al 2027	Salud

Tecnología

Tamaño del mercado

Industria mas impactada

11	DevSecOps	\$11.3B al 2027	TI
12	Tecnología de voz	\$22B al 2026	Electrodomesticos
13	Drones	\$5.4B al 2027	Construcción y agricultura
14	Genómica	\$10.8B al 2030	Investigación
15	Medicina Personalizada	\$796B al 2028	Salud

Tecnología

Tamaño del mercado

Industria mas impactada

16	Experiencia de usuario	\$22B al 2027	Retail
17	Vehículos autonomos	\$11B al 2028	Transporte
18	Gemelos digitales	\$73.2B al 2030	Manufactura
19	mRNA	\$46.5B al 2026	Salud
20	Desarrollo Low-Code	\$125B al 2027	eCommerce

Tecnología

Tamaño del mercado

Industria mas impactada

21

Visión computarizada

\$41.1B
al 2030

Automotriz

22

Bio-informatica

\$23.4B
al 2026

Investigación



Red 5G.

5

Internet y otras tecnologías han contribuido con sus avances a que en la actualidad podamos tener una comunicación inalámbrica, móvil, multimedia, a distancia, instantánea y de mejor calidad. Sin duda, si quieres alcanzar el siguiente nivel de madurez digital en comunicación empresarial, debes estar al tanto de los avances y las **nuevas tecnologías** que han venido cambiando para adaptarse a la interacción que demandan los usuarios de hoy.

La comunicación remota y móvil ha tomado particular relevancia, aceleró la transformación digital de las empresas y las impulsó a adoptar tecnologías, plataformas y servicios para comunicarse de forma efectiva con sus clientes.



Velocidades más rápidas

Máximo teórico de 10Gbps, 10 veces más rápido que las redes 4G.

Mayor fiabilidad

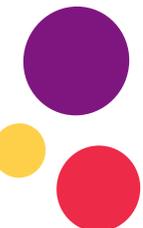
Habilidad de la red de establecer comunicaciones ultras seguras para misiones críticas al 99,999%.

Mejores capacidades

Conectará a 1 millón de dispositivos por kilómetro cuadrado.

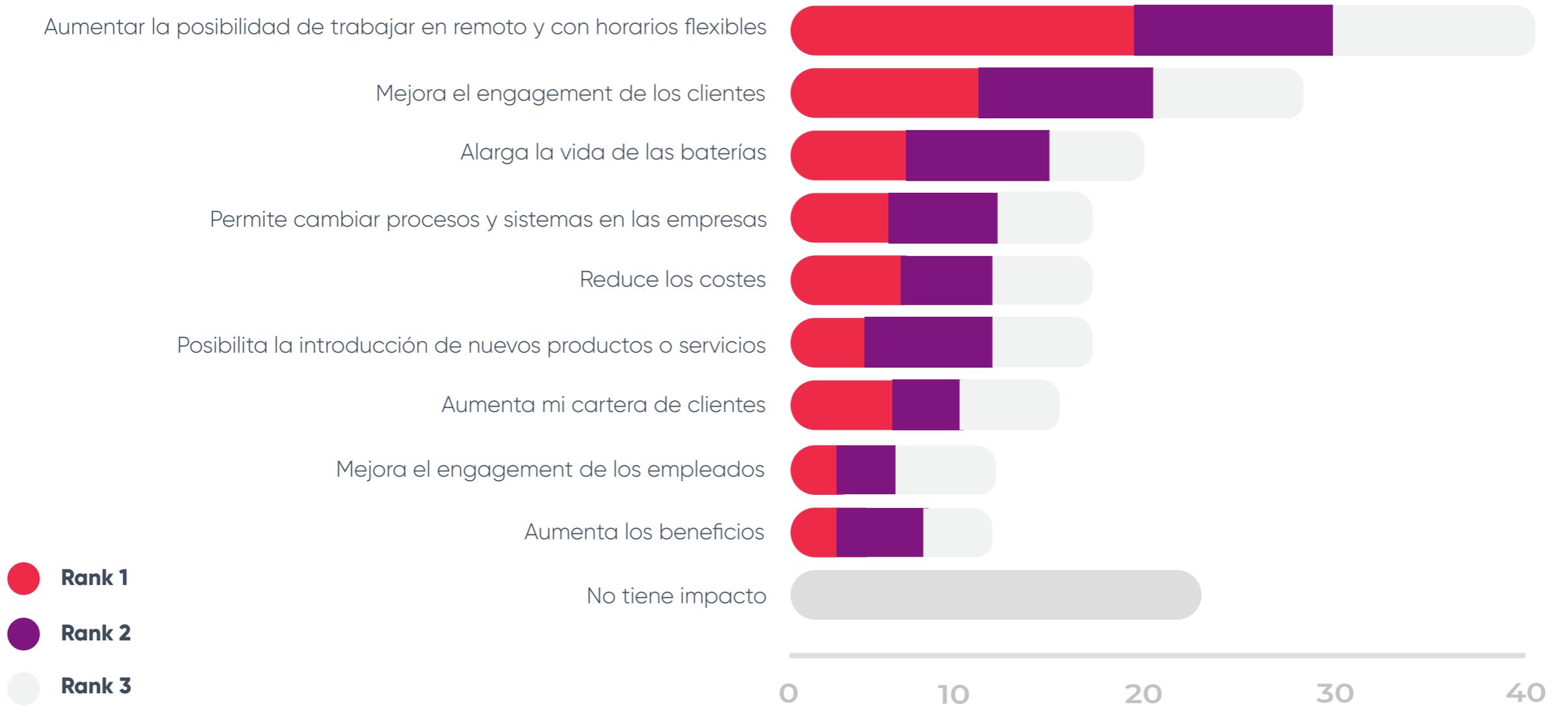
Ahora nos encontramos frente a la Red 5G, que permite mayor cantidad de dispositivos conectados por kilómetro cuadrado, mayor velocidad de transferencia de datos, menor latencia y menor consumo de energía.

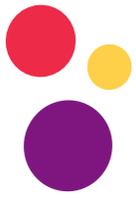
Con las tecnologías emergentes como la realidad extendida, la inteligencia artificial, la edge computing, el metaverso, el blockchain, el video en 8K, entre otras, la Red 5G se convierte en una tecnología verdaderamente relevante para estas nuevas propuestas.





Beneficios de posibilitar la tecnología 5G





La velocidad de conexión sin duda reducirá la latencia y ayudará a el uso multipropósito de los dispositivos móviles, incluso cuando el usuario final está en movimiento. Los desarrolladores se volverán mucho menos reacios a incluir **video interactivo en vivo** como parte de las opciones de experiencia del cliente, confiando en que a medida que se conecten más redes celulares de banda ancha, los consumidores no se sentirán decepcionados ni frustrados.

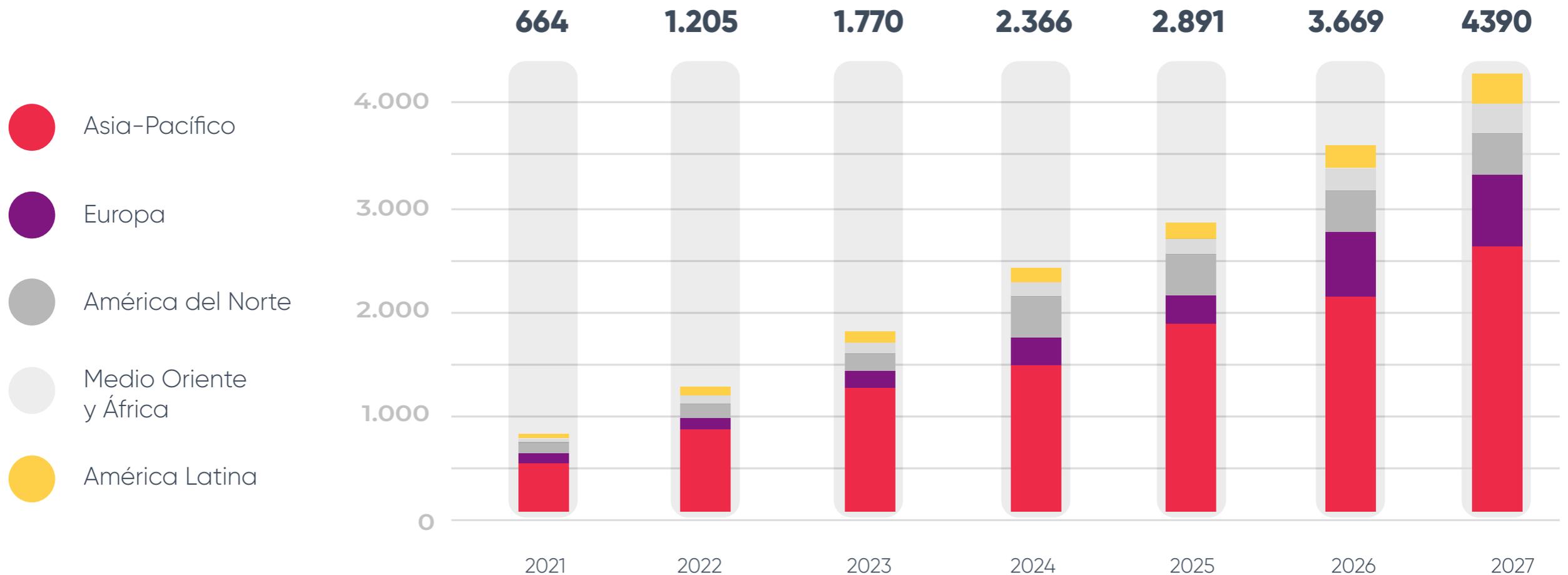


La Red 5G junto con otras tecnologías están detonando cambios profundos y nuevos paradigmas en la comunicación empresarial, llegó el momento de implementarlas.

*Se espera que la conectividad 5G, derive en la generación de aproximadamente 3.6 billones de dólares y 22 millones de empleos a nivel global para 2035, tan solo por lo que hace a la cadena de valor de 5G. Para ese mismo año, se espera que ello se traduzca en un valor económico global en todas las industrias, que alcance los 13 billones de dólares.**

El futuro de la 5G

Número estimado de suscripciones móviles a redes 5G, por región (en millones)





Interconexiones e integraciones

6

Estar conectado con operadores de telecomunicaciones y múltiples operadores móviles será cada vez más importante para garantizar el alcance global. Esto con el fin de que las aplicaciones funcionen en cualquier lugar, en cualquier red y en cualquier dispositivo. **Las grandes marcas globales** insistirán en el alcance mundial y su enfoque en brindar experiencias consistentes y de alta calidad, independientemente de dónde se encuentren sus clientes y qué dispositivos estén utilizando.

Las integraciones con los principales CRM, ERP (Enterprise Resource Planning o "sistema de planificación de recursos empresariales"), contact center, UC (Comunicaciones unificadas), plataformas de mensajería y servicios web de comercio electrónico avanzarán enormemente.

Las grandes empresas reconocerán el valor en términos de más productividad, más datos y análisis que les permitan comprender la naturaleza y el impacto de una mejor CX, y la reducción general de la fricción al realizar el trabajo utilizando soluciones de colaboración interna.



Messaging



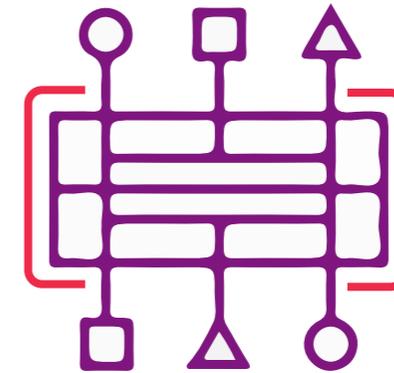
Application connectors



Enterprise integration patterns



Data streams



APIs

El Internet de las cosas (IoT) también constituye una nueva oportunidad de conectarse con los clientes y analizar datos útiles a través de dispositivos de uso diario, pero requiere filtrar los datos críticos que se deben transferir al centro de datos.





Un elemento importante para el éxito son las API que hacen posible que los desarrolladores construyan **soluciones más avanzadas** y sofisticadas. Impulsados por la demanda de mejores maneras de comunicarse de forma remota en tiempo real, estamos presenciando una explosión de organizaciones que se están moviendo hacia comunicaciones integradas y digitales para comercio minorista, atención médica, seguros, educación y más. API permite a las diferentes industrias disfrutar de una interacción segura con consumidores, clientes y socios comerciales, reduciendo costos, mejorando la productividad y brindando una experiencia competitiva.

Se proyecta que el mercado global Plataforma de comunicación como servicio (CPaaS) crezca de \$ 11,03 mil millones en 2022 a \$ 62,54 mil millones para 2029 a una tasa compuesta anual de 28,1% durante el período de pronóstico. Muy pocas otras categorías en la industria de las comunicaciones en tiempo real pueden presumir de una CAGR tan dramática y constante.



79%

de los compradores comerciales dicen que es crucial interactuar con un vendedor que consideran un asesor de confianza al realizar una compra.

74%

de las empresas dice que convertir clientes potenciales en sus clientes es su máxima prioridad.

CRM

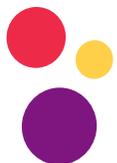
Salesforce, Microsoft y Oracle tienen algunas de las cuotas más altas del mercado de CRM.

74%

de los encuestados dice que las soluciones CRM les brindan un mejor acceso a los datos de los clientes, lo que les permite un servicio más personalizado.

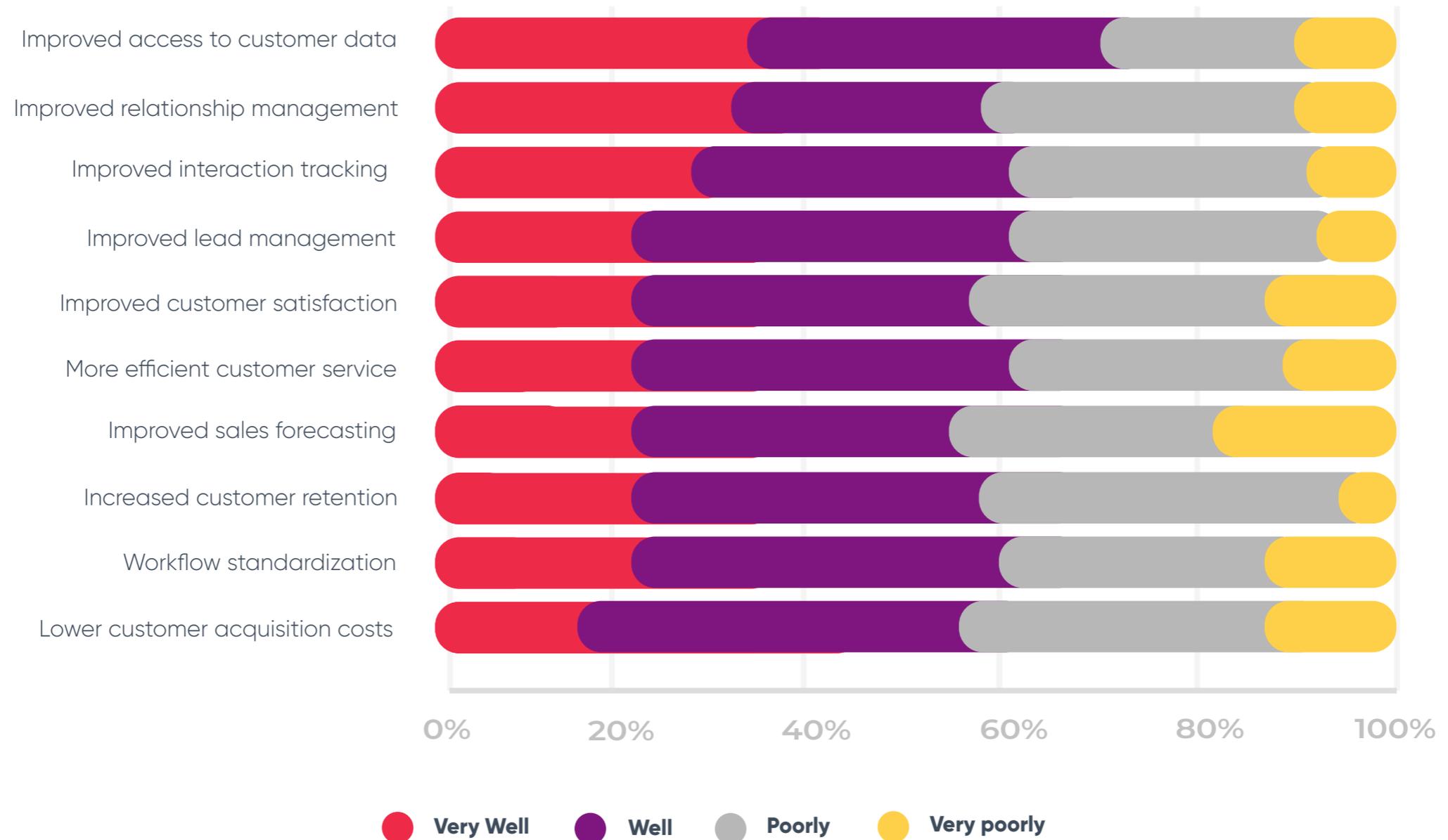
65%

de las empresas adoptan la tecnología CRM durante los primeros 5 años de su lanzamiento.





How Well CRM System Delivers on Key Benefits



Fuentes:

<https://hootsuite.widen.net/s/xf2mbffsbq/digital-2022-top-takeaways>

<https://hootsuite.widen.net/s/f2tmbwkljp/>

https://www.hubspot.com/hubfs/2022_State-of-Inbound-Marketing-Trends_V08122022.pdf

<https://tendencias2023.com/wp-content/uploads/2022/10/tendencias-marketing-comunicacion-best-2023.pdf>

<https://cpaasaa.com/cpaas-2023-communications-service-providers-greatest-telco-cloud-opportunity/>

<https://www.fortunebusinessinsights.com/communication-platform-as-a-service-cpaas-market-106471>

<https://mktefa.ditrendia.es/blog/estadisticas-5g>

<https://www.redhat.com/es/topics/integration>

<https://es.statista.com/grafico/16309/numero-de-suscripciones-moviles-a-redes-5g/#:~:text=De%20los%20m%C3%A1s%20de%201.200,y%2081%20millones%20en%20Europa.>

<https://findstack.es/resources/crm-statistics/>

