Los nuevos retos del marketing digital en 2024

Noticias 24hs | 14/05/2024



Estas tendencias han revolucionado la forma de comercializar productos y servicios, y comprenderlas es crucial

¿Queda aún recorrido en el marketing digital en pleno 2024? La respuesta a esta pregunta parece obvia: sí. Gracias a ser una disciplina viva, cada año se va actualizando con nuevas tendencias que, gracias a las nuevas herramientas e innovaciones, permiten a las empresas y particulares mejorar sus acciones y planificaciones en busca de un retorno mejor.

Con el auge de la tecnología, las empresas que quieren conseguir un espacio en el ecosistema actual, ahora utilizan plataformas digitales para llegar a su público objetivo e interactuar con él.

Estas tendencias han revolucionado la forma de comercializar productos y servicios, y comprenderlas es crucial. De ahí que los profesionales del sector tengan que estar en constante reciclaje con un curso de marketing digital y redes sociales que hablen de los nuevos algoritmos, tendencias y automatizaciones.

Empresas y redes, el eterno dilema

Las plataformas de redes sociales se han convertido en un canal vital para que las empresas lleguen a su público objetivo.

Con millones de usuarios en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, las empresas pueden llegar a una amplia audiencia y se abre la posibilidad de interactuar con ella en tiempo real.

Para conseguirlo es clave crear una planificación y creación de contenido que tenga que ver con lo que ellos demandan. Este contenido puede incluir audiovisuales y publicaciones de blogs optimizadas, pero el límite está en la imaginación.

“El análisis de redes sociales es una herramienta crucial para medir la efectividad de las campañas en las redes sociales. Al analizar las métricas, las empresas pueden obtener información sobre el comportamiento, las preferencias y los niveles de participación de su audiencia. Estos datos pueden ayudar a las empresas a perfeccionar sus estrategias y crear campañas más efectivas” explican desde Erimos Digital, empresa especializada en la formación de profesionales de este sector.

La llegada de la IA

Las herramientas impulsadas por IA ahora pueden personalizar el contenido y dirigirse a audiencias específicas en función de sus intereses y comportamiento, lo que ha servido a muchos profesionales a poder llegar a un discurso mucho más efectivo.

Además, la llegada e implantación de los chatbots también se están volviendo cada vez más populares para el servicio al cliente y la generación de leads, lo que acaba repercutiendo en una optimización de tiempo y recursos para las compañías.

Aún queda mucho por hacer en el sector, pero está claro que por este camino es necesario seguir formándose para no quedarse obsoleto.

Autor: Redacción