

TOP TENDENCIAS DIGITALES 2017

Comisiones de trabajo de IAB Spain han elaborado las claves para llegar al éxito en el negocio digital este 2017. El sector online crece a un ritmo vertiginoso que proyecta la necesidad de estudiarlo constantemente para poder elevarlo a su máximo exponente. El documento *Top Tendencias Digitales 2017* muestra las claves del negocio digital de este año.

El 2017 será el año de la simplicidad y el minimalismo en las marcas con la finalidad de llegar directamente a la audiencia. Las marcas continuarán con sus estrategias más humanas y personales, para tocar la fibra emocional de las personas, con testimonios reales. Pero también quieren ser receptivos, y se vuelven oyentes ansiosos de escuchar a su comunidad. Uno de los retos a los que hay que adaptarse es a la tendencia de las personas de, cada vez más, huir de la necesidad de comprar. Las marcas deben saber escuchar y adaptarse a esta nueva forma de disfrutar la vida sin necesidad de adquirir bienes.

Ahora, los medios de comunicación ya no son un blanco fácil para las marcas. Cada vez son más las que prescinden de estos para gestionar a su audiencia y crean sus propios medios y canales de difusión de información, explorando nuevas formas de comercialización.

Instantaneidad, influencers como marcas, videos en directo con interacción inmediata, son algunas de las características que se pueden apreciar en la relación marca-red social. A pesar de todo esto, si quieren que los usuarios lleguen a sus contenidos, las marcas deberán seguir invirtiendo en redes sociales y adaptándose a ellas. Las prisas, la inmediatez el "aquí y ahora" reinarán más que nunca. El video vertical experimentará un crecimiento y ya la media de los videos no se encontrará en el minuto de duración, la tendencia pasa a ser de 15-30 segundos. Esta medida es empleada ya por algunas redes sociales como Instagram. Las marcas se tienen que adaptar a estos micromomentos.

Tras una gran evolución en 2016, la realidad virtual (VR) experimentará su consolidación este año. Otros aspectos como las PWAs (Progressive Web Apps), por ejemplo, o la confianza por parte del usuario para realizar pagos desde su teléfono móvil también incrementarán notablemente este 2017. Sin embargo, la revolución de este año llega de la mano de *beacons*, dispositivos *bluetooth* que se ubicaran en las tiendas y harán una radiografía de las personas pudiendo acceder a su historial de compras.

Así mismo, las campañas de publicidad podrán segmentarse gracias a los SDK de publicidad para las app móviles. Ahora permite crear perfiles de usuarios según los hábitos de uso y la ubicación geográfica y los agrupan en "clusters". Esto nos permite determinar cuándo hay que lanzar un determinado mensaje.

Y es que estamos constantemente conectados y, por tanto, continuamente geolocalizados. El Digital Signage almacena gran cantidad de información es muy útil para diseñar campañas de publicidad y marketing. Además, Digital Signage a lo largo del 2017 será adaptado al modelo publicitario de la compra pragmática y, de este modo, se empezarán a comercializar los espacios publicitarios. También se producirá un aumento de la publicidad pragmática en audio, algo a resaltar ya que en España aún no está muy explotada en este aspecto. Otra novedad es el auge que tendrá el formato podcast entre las marcas en general. Y destacar a Facebook, que quiere usar este formato para ampliar su imperio y llegar a un mayor público y un mayor tiempo.

La forma en la que concebimos el trabajo se verá modificada. La inteligencia artificial y la automatización de la toma de decisiones serán los responsables de estos cambios. La inteligencia artificial se encargará de resolver problemas cuando los expertos no estén y, además, estarán disponibles las 24 horas del día. En contraposición a esta idea de mecanizarlo todo y alejarse de la audiencia, resaltar que muchas tiendas originalmente online abrirán tiendas físicas para dar una mayor atención al cliente y conseguir un trato más cercano.

Vivimos en un mundo donde 2 billones de usuarios poseen a día de hoy un smartphone. Vivimos en una sociedad interconectada que se deja analizar. Nuestra información ya no nos pertenece. Nuestra esencia es la que quieren que sea. Este 2017 la innovación, los avances tecnológicos y todas las piezas de este engranaje digital seguirán sorprendiéndonos.