

another

2 de estas 5 predicciones de marketing ya se cumplieron en 2023

Ciudad de México. 5 de junio de 2023. El año avanza y cerca de llegar a la mitad del 2023, varias marcas, agencias y expertos en marketing seguramente ya tengan un calendario de actividades basadas en varias predicciones que especialistas hicieron al inicio de la temporada.

En este sentido, [another](#), una de las agencias globales con la mayor oferta de servicios en América Latina, comparte algunas predicciones sobre las tendencias que colaborarán con el éxito del [marketing](#) en el futuro inmediato.

1: Recolección de datos

La primera predicción, que ya se cumplió, es que cada vez más marcas se alejarán de la recolección de datos de 'cookies' de terceros. De hecho, Google anunció que en 2024 se pondrá fin a las 'cookies' y, mientras la gran pregunta de cómo los usuarios podrán ser rastreados para recibir anuncios, [Google Analytics](#) apuesta por la privacidad y revolucionar las estrategias de publicidad digital. Aunque esto aún está a un año de distancia, se sabe que es esencial prepararse con anticipación. No hay necesidad de esperar hasta el 2024 para adaptarse, por lo tanto, varios expertos ya están iniciando este camino para aprender cómo analizar el nuevo tráfico dirigido hacia los anunciantes.

2: Búsqueda por voz

La segunda predicción es que la búsqueda por voz seguirá siendo un factor importante. El año pasado, las ventas a través de esta modalidad alcanzaron los [40 mil millones de dólares](#), y se espera que sigan creciendo por encima de los 50 mil millones este año. Para optimizar el uso de la búsqueda por voz en dispositivos móviles, donde la rapidez del sitio, el contenido conciso y que responda a preguntas de manera clara y puntual será de vital importancia para acercarse a una compra. Además, es relevante utilizar palabras clave y optimizar para preguntas conversacionales.

3: Live shopping

La tercera predicción es que despegará el live shopping. El live commerce, estrategia de venta que se basa en las transmisiones en vivo o en streaming en plataformas como redes sociales, generará alrededor de [387 mil millones de dólares sólo en China](#). Esta tendencia está ganando popularidad rápidamente. Cuando los influencers participan en la venta en vivo, los resultados son realmente impresionantes, y [another](#) lo sabe, porque ha sido testigo a través de varias estrategias.

4: Social Commerce

another

La cuarta predicción, que también ya se cumplió, es que el comercio en redes sociales impulsará la conversación. [El 54% de los usuarios utiliza las redes sociales](#) para investigar productos. Desde videos de *unboxing* hasta reseñas y conversaciones sobre cómo utilizar sus productos o servicios, es fundamental aprovechar el potencial de las redes sociales para conectar con la audiencia.

5: Publicidad en podcast

Por último, la quinta predicción es que explotará la publicidad en [podcasts](#). De acuerdo con el [Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia](#), en América Latina unas 20 millones de personas escucharon audio en formato de podcast, durante el 2020. Se cree que la publicidad en podcasts seguirá creciendo porque todavía hay relativamente poca competencia en este espacio.

###