

Qué se viene en 2022 en el universo de la comunicación estratégica

Se acabó el 2021 y los cambios, las transformaciones y la evolución global no se han detenido. Las tendencias sociales, culturales, económicas están en constante movimiento y, obviamente, el mundo de la comunicación, tanto agencias como marcas no son la excepción. Como agencia regional independiente de comunicación, **another** no se ha quedado atrás en la implementación de estrategias acordes con los tiempos que estamos viviendo, no sin antes observar el panorama que está por venir y cómo se lo puede recibir de la mejor manera.

El universo digital nos tiene más conectados que nunca. La innovación tecnológica nos ha dotado de una gran cantidad de herramientas y recursos que antes no explotábamos al 100%, pero que hoy son casi necesarios. Eventos virtuales, trabajo en casa y oficina, disrupción en las redes sociales y el surgimiento de personajes y lenguajes nacidos en estas plataformas es algo que dejó este año y que podría potenciarse o desaparecer para abrir paso otros procesos...eso sólo el tiempo lo dirá.

Mientras tanto, **Martina Dapena Garay, Regional Leader Southern Cone de another**, comparte algunas de las principales tendencias que trazarán las rutas en la industria de la comunicación.

- **Comunicación interna optimizada.** Irónico que en las agencias de comunicación, la interacción entre equipos, clientes, medios y proveedores sea un área de oportunidad. En épocas de digitalización será imprescindible facilitar la relación entre todos generando confianza y fluidez, entendiendo la importancia del bienestar emocional para un mejor funcionamiento y dando un tono de coherencia en los mensajes que se emiten en situaciones complicadas internamente como al exterior.
- **Transmisiones en directo.** En 2021 se disparó el uso de plataformas de streaming y los “en directo” en redes sociales. El próximo año, la tendencia de estas prácticas aumentará integrando eventos digitales, podcasting y hasta entrenamiento de medios. Aquí la clave será conseguir mayor interacción con el público y una formación especial para voceros de marca.
- **Mayor contenido con audiovisuales cortos.** El vídeo rápido será un formato predominante en 2022. La inmediatez con la que hoy se vive y el impacto de las redes sociales serán los factores decisivos para que los formatos de audio y vídeo sean estelares y plataformas como TikTok o Instagram explotarán con mayor fuerza, ya que tienen como base este formato, que permiten ahorrar tiempo a los usuarios y a comunicar mejor y más eficientemente.
- **Los medios tradicionales resurgen.** Los diarios, la TV y la radio siguen siendo símbolos de prestigio y posicionamiento, por ello este año no se los debe olvidar en la estrategia de comunicación. Los medios convencionales permiten a las marcas posicionarse como especialistas en el área y conseguir visibilidad. En tiempos de

another

incertidumbre, las personas tienden a recurrir a lo tradicional, por eso el uso de estos medios será una tendencia del nuevo año.

- **Comunicación genuina y con valores.** La pandemia ha sacado un lado más humano en muchas marcas, situación que hoy es crucial para generar confianza e identificación con los consumidores. Para 2022 se dará más importancia comunicar valores firmes, auténticos y honestos. Aquellas marcas que consigan comunicar con coherencia y de forma creíble, serán las que logren llegar a un público que valora la honestidad por encima de todo. Las marcas relacionadas con conciencia social y natural (cambio climático, igualdad, inclusión) y sean coherentes con sus mensajes, serán las que generarán un impacto social real y en las que confiarán las audiencias.
- **Mayor participación de Influencers.** El confinamiento ha ayudado a que las personas se den a conocer más a través de las redes sociales. Una apuesta que seguirá en tendencia para 2022 con los nuevos influencers. Cada vez más marcas contarán en sus estrategias de comunicación con ellos, combinando con su propia comunicación, para poder llegar a nuevas audiencias.
- **Contenido más personalizado.** Una de las tendencias para el año que viene será la personalización del contenido en función del comportamiento de los consumidores. El contenido personalizado con el que ofrecer al público material diferente dependiendo de su perfil, de manera dinámica y estratégica. La idea es mejorar la experiencia de usuario y que esto genere conversión. Será clave conocer bien a nuestro público objetivo para poder ofrecer ese contenido personalizado que le hará sentirse único. El Inbound Marketing seguirá siendo una estrategia importante.

El 2022 viene con retos y cambios continuos en la comunicación estratégica, pero para eso es importante contar con especialistas que podrán ayudarte a plasmar una estrategia para el nuevo año que se viene.

-o0o-

SOBRE ANOTHER

Fundada en 2004 por Jaspar Eyears y Rodrigo Peñafiel, *another* es una agencia independiente que tiene como objetivo revolucionar la comunicación estratégica por medio de campañas poderosas y efectivas para posicionar diversas marcas frente a sus audiencias. *another* cuenta con servicios integrados como relaciones públicas, comunicación digital, *influencer marketing*, *social media*, *branding*, *content & inbound marketing*, creativo y diseño, y experiencias de marca. La agencia opera bajo unidades de negocio especializadas clasificadas en Belleza, Consumo, Corporativo, Entretenimiento, Lujo, Tecnología, Turismo. *another* forma parte de *Constellation Global Network* y PRORP, y ha sido reconocida con diversos premios como los SABRE Awards y los Latin American Excellence Awards. Posee oficinas en México (Ciudad de México), Argentina (Buenos Aires), Brasil (San Pablo), Chile (Santiago), Colombia (Bogotá), Estados Unidos (Florida), Panamá (Ciudad de Panamá) y Perú (Lima), con alcance en Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Puerto Rico, República Dominicana, Bolivia, Canadá, Paraguay, Uruguay y Europa.

Para más información visita another.co y síguelos en sus redes sociales: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) y [Linkedin](#).