

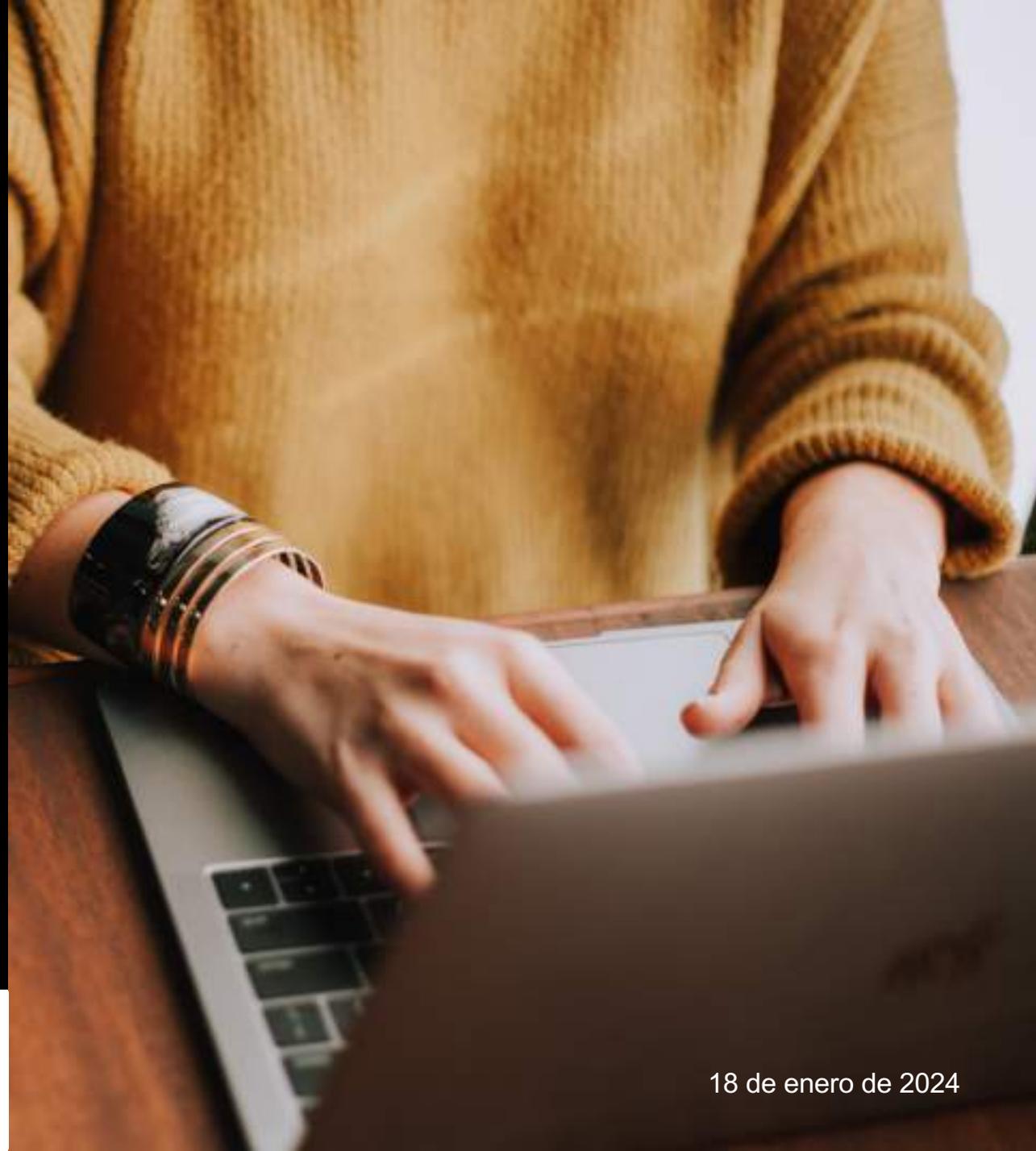
Conquista las redes:
**Tendencias en marketing
digital y social en 2024**



Júlia Camats Cucurull

Consultora de estrategia de negocio y transformación digital en
RocaSalvatella

18 de enero de 2024



Índice

¿Qué vamos a ver hoy?



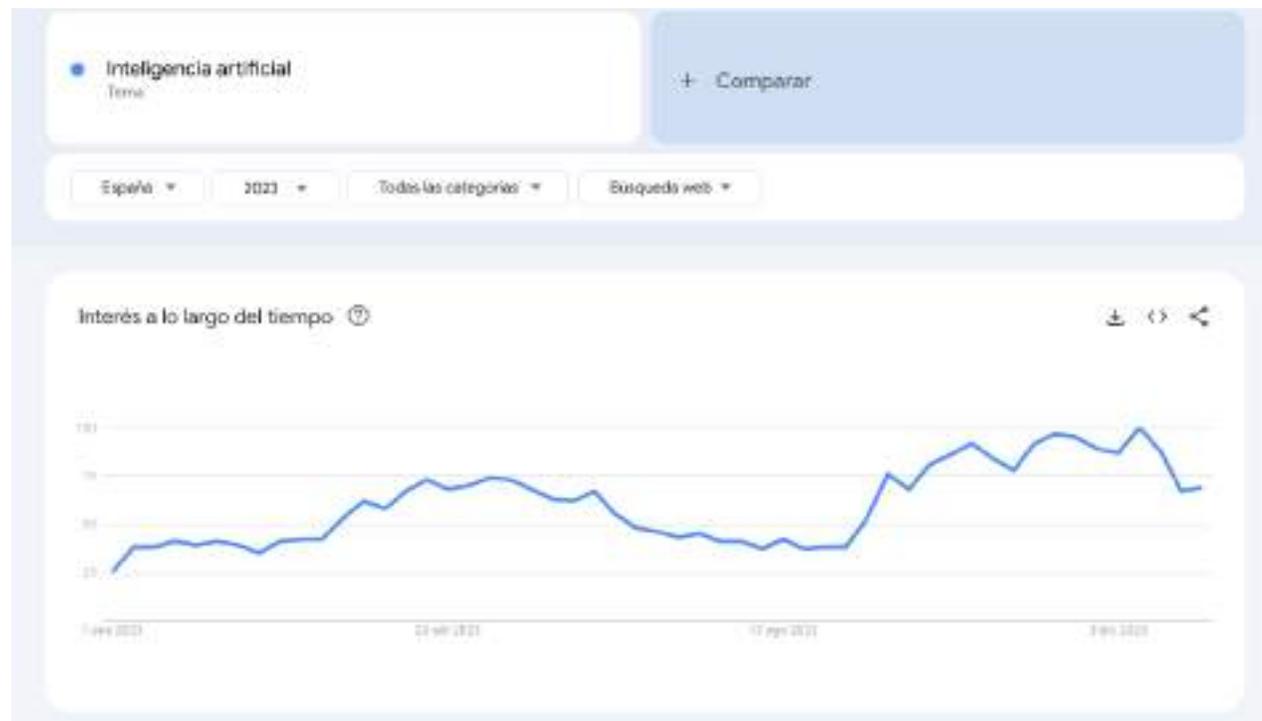
TENDENCIAS y FORMATOS 2024

1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido.
2. Las redes sociales son el medio favorito para la inversión publicitaria.
3. Social Media como motor de búsqueda.
4. El Social Commerce despunta.
5. Nuevas redes: Threads & Lemon 8.
6. Tiktokenización de las empresas.
7. El vídeo es el rey, en ads también.
8. Out of home and fake out of home
9. Digital como palanca de lo offline
10. El renacimiento de las relaciones.
11. Google Search Generative Experience cambia las normas del SEO
12. Privacidad y el futuro de las cookies.
13. Ok video, but only video?

TENDENCIAS

2024

1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido



1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido



Meta está probando más de 20 herramientas en que la **IA generativa puede mejorar la experiencia de los usuarios** en Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp, abarcará la búsqueda, ads, mensajería comercial, etc.

Text to....

¿Cuáles son estas funcionalidades?

01

Imagen

02

Texto

03

Vídeo

04

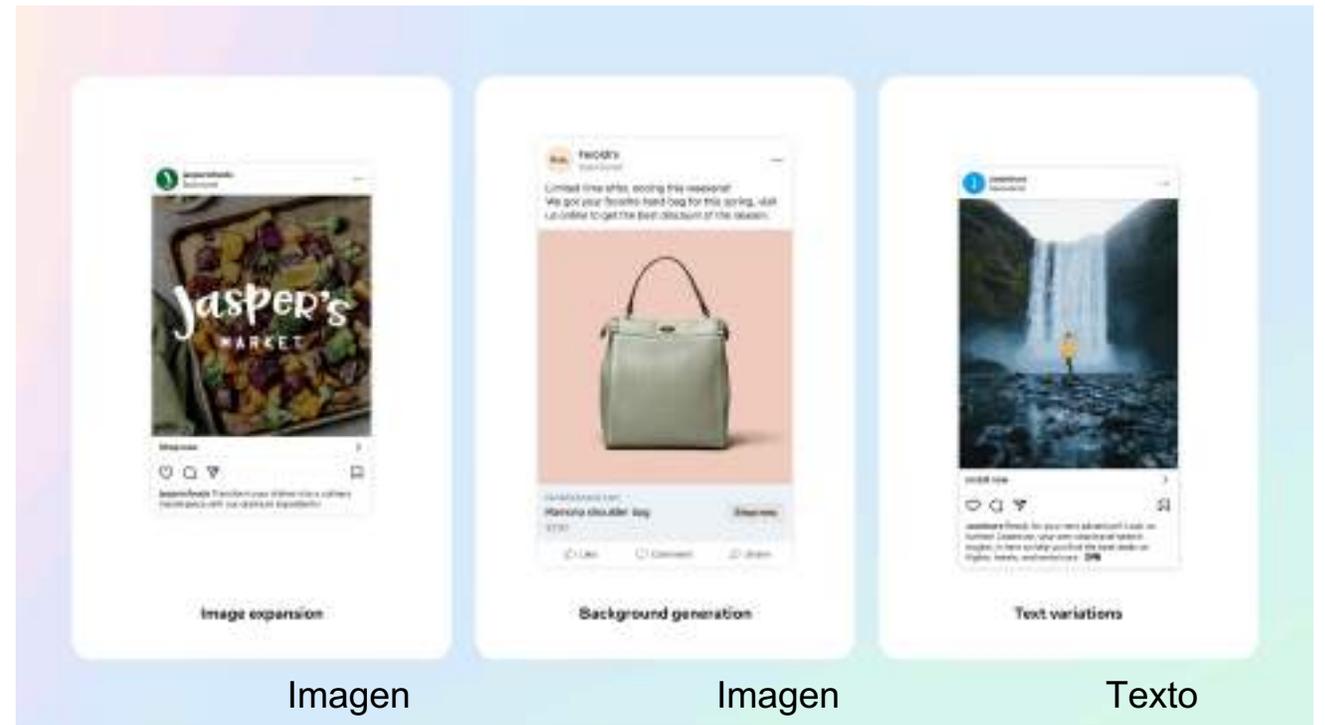
Optimización de campañas

1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido



Meta está probando más de 20 herramientas en que la **IA generativa puede mejorar la experiencia de los usuarios** en Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp, abarcará la búsqueda, ads, mensajería comercial, etc.

¿Cuáles son estas funcionalidades?



1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido



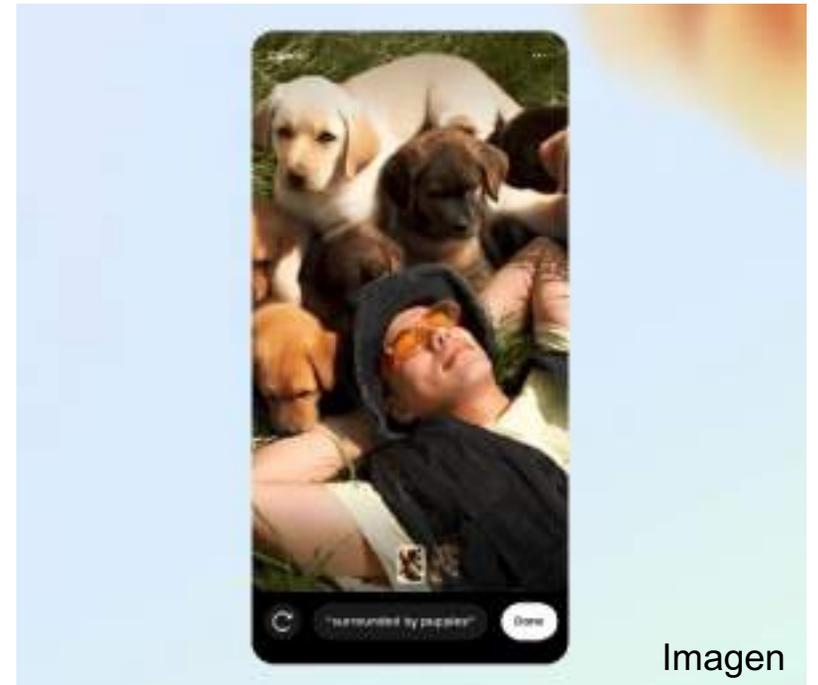
Meta está probando más de 20 herramientas en que la **IA generativa puede mejorar la experiencia de los usuarios** en Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp, abarcará la búsqueda, ads, mensajería comercial, etc.

¿Cuáles son estas funcionalidades?



A gray British Shorthair walking in slow-motion in Times Square, in photorealistic style

Creación de vídeo



Imagen



1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido



Meta está probando más de 20 herramientas en que la **IA generativa puede mejorar la experiencia de los usuarios** en Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp, abarcará la búsqueda, ads, mensajería comercial, etc.

¿Cuáles son estas funcionalidades?

Advantage+ audience +

Our ad technology automatically finds your audience. If you share an audience suggestion, we'll prioritize audiences matching this profile before searching more widely. [Learn more](#)

Custom audiences

Search existing audiences

Age

18 - 65+



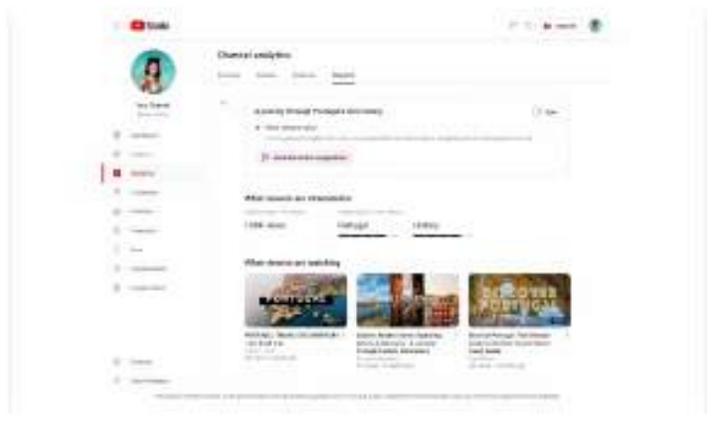
Advantage + Optimización de campañas



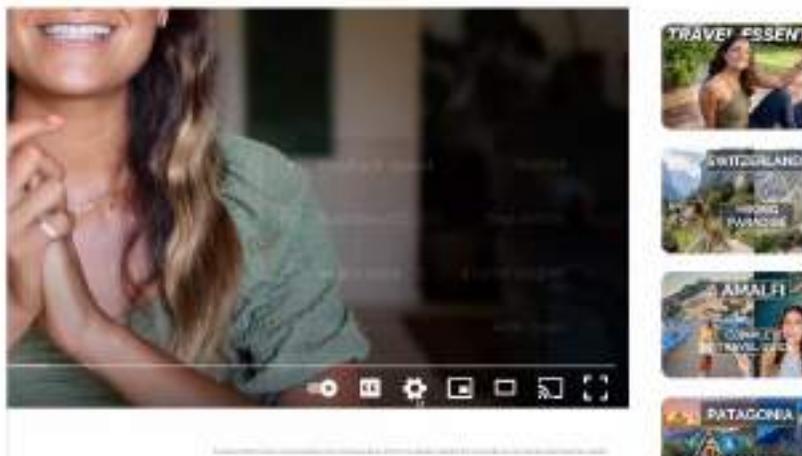
1. Inteligencia Artificial generativa como asistente en la creación de contenido



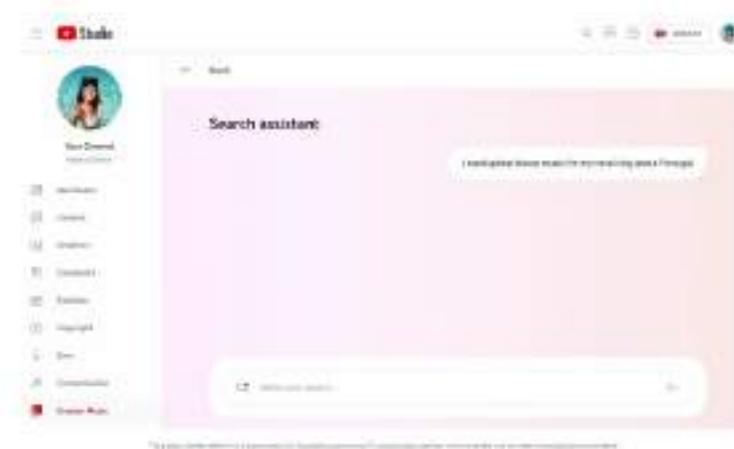
¿Cuáles son estas funcionalidades?



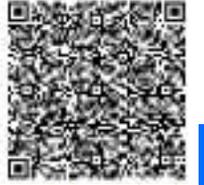
AI Insights
Generador de ideas y sugerencias de guiones basado en lo que tu audiencia ve.



Aloud
Crear subtítulos en diferentes idiomas y doblaje instantáneo con una voz sintética con IA



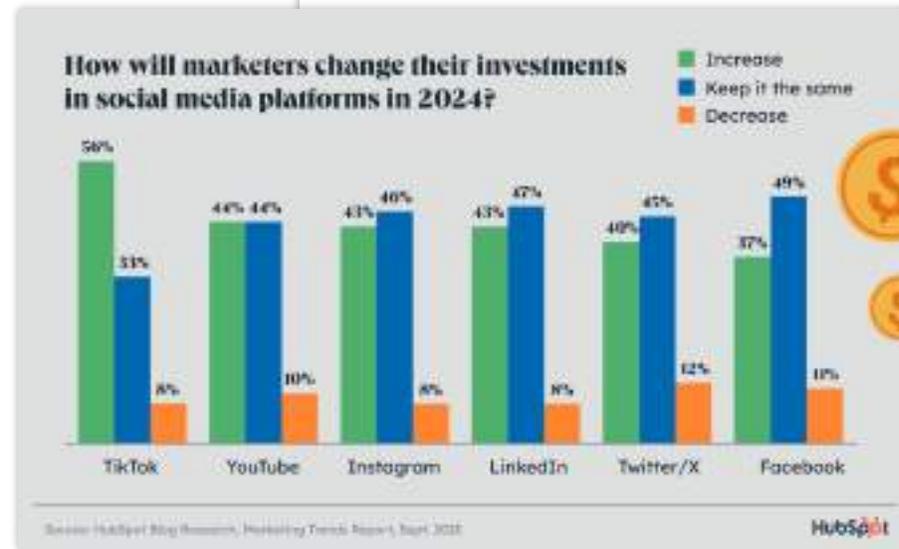
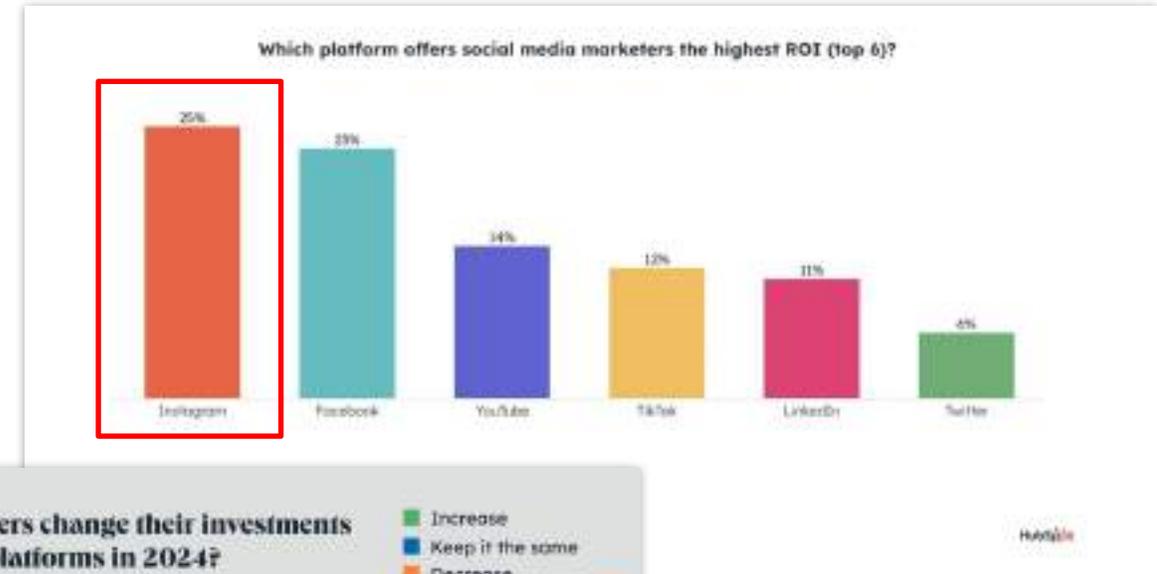
Assistive Search (Creator Music)
Búsqueda de audio asistida por IA



2. Las redes sociales son el medio favorito para la inversión publicitaria

Las RRSS se han convertido en un **canal líder en descubrimiento de productos y compras**, a medida que las compras ocupan un lugar central en todas las plataformas.

[Informe de tendencias de redes sociales 2024](#) , HubSpot



3. Social Media como motor de búsqueda

Las redes sociales le comen el terreno a los buscadores:
Los usuarios las utilizan cada vez más para buscar información.

¿Social SEO? ¿Diversificación de contenidos?



TikTok presenta Search Ads Toggle

La gente entra en TikTok en busca de entretenimiento y para descubrir cosas nuevas. Y no es solo a través del Feed Para Ti; TikTok también ofrece una notable experiencia de búsqueda, donde los usuarios pueden encontrar todo tipo de información, desde consejos de moda y recetas, hasta vídeos de unboxing y reseñas de productos.

TikTok anuncia el lanzamiento de Search Ads Toggle, una nueva función de TikTok Ads Manager que permite a las marcas mostrar anuncios en los resultados de búsqueda de TikTok. Search Ads Toggle aprovecha la creatividad de los anunciantes ya existente en

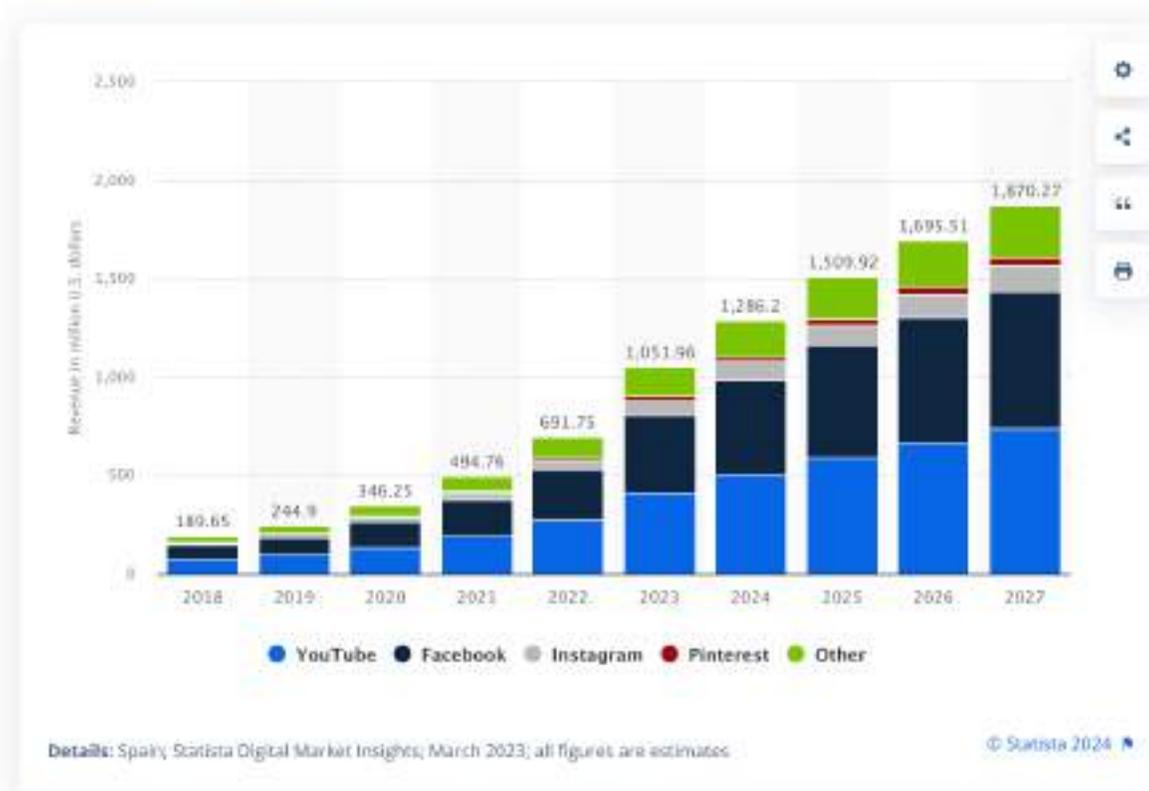
GHD, compañía innovadora en el cuidado del cabello, y pionera en TikTok ha participado, de la mano de Labelium Play, en la puesta en marcha del piloto de Search Ads Toggle en España. Aurora Barbero Navarro, Responsable de performance de GHD España, explica: "Search Toggle Ads nos ofrece una fórmula de segmentación innovadora, que impulsa el descubrimiento a través de las búsquedas, conociendo mejor las necesidades y los puntos de conexión que tiene el producto con nuestros clientes, y con potenciales audiencias. Y todo esto optimizado dentro de una misma campaña de TikTok".



4. El Social Commerce despunta

Los pasos en el journey de compra se acortan.

Social commerce revenue in Spain from 2018 to 2027, by platform
(in million U.S. dollars)

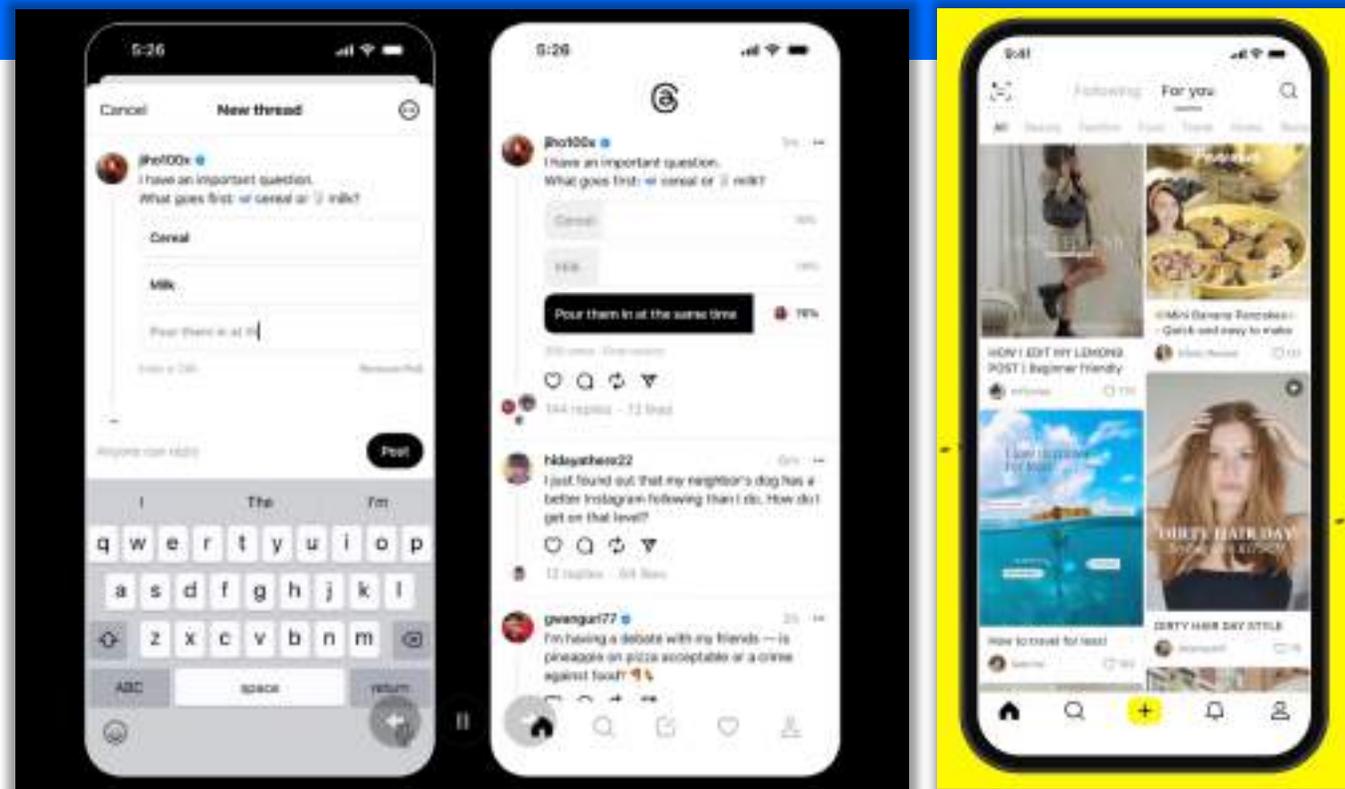


5. Nuevas redes: Threads & Lemon8

Threads permite mantener conversaciones en tiempo real. Su funcionamiento es muy similar al de X.

El futuro es muy incierto pero se ha planteado como una alternativa a X

Lemon8, the Instagram rival from TikTok parent.



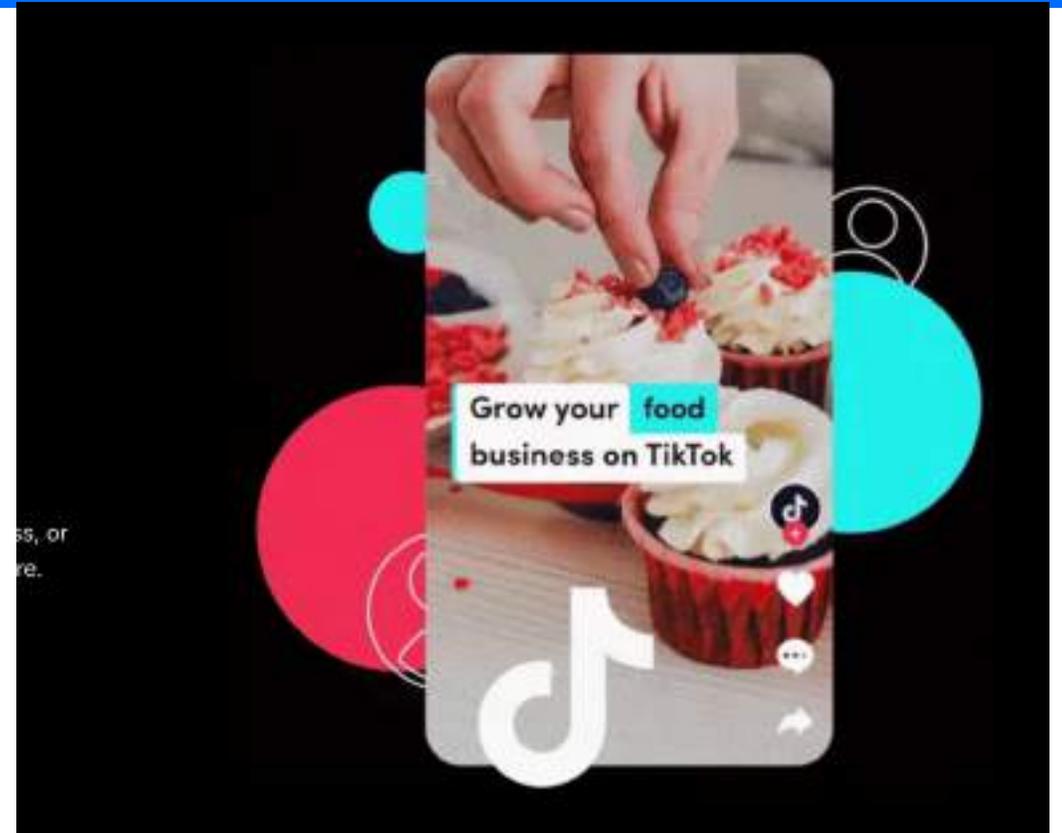
6. Tiktokenización de las empresas

Destaca el aumento de cuentas empresariales en un 165,53%

Metricool, Septiembre 2023

Se duplican las visitas del buscador de TikTok

Metricool, Septiembre 2023





7. El vídeo es el rey, en ads también.

Las campañas que incluyen vídeos verticales obtienen entre un 10% y un 20% más de conversiones, y los vídeos verticales un 20% más que los horizontales.



Video-podcast

Permite sacar clips de contenido para RRSS para que el clip se haga viral a través de RRSS

Campañas de visualización de Google



Video-podcast



Creación de vídeos con Smartphone

8. Out of home and fake out of home



Presentamos Out of Phone: TikTok más allá de la pantalla del celular

Siempre estamos buscando nuevas formas para que nuestra comunidad experimente la alegría y la creatividad de TikTok, y para que las marcas aprovechen al máximo el poder de nuestra plataforma. Hoy, estamos anunciando una oferta que extiende esa experiencia más allá de la pantalla del teléfono. Estamos encantados de presentar Out of Phone, nuestra solución out-of-home que permite a socios y marcas aprovechar el contenido de TikTok más allá de la plataforma, llevándolo al mundo real a través de pantallas en vallas publicitarias y en cines, bares, restaurantes, automóviles, aeropuertos, gasolineras, tiendas minoristas, y mucho más.



ReasonWhy.

ACTUALIDAD ESPECIALES NEWSLETTER

Un gintonic gigante en el luminoso de Schweppes: la brillante acción de publicidad exterior simulada de Tanqueray

- Tanqueray 0.0% ha creado una pieza de fake-out of home combinando su producto con la marca Schweppes
- Es un trabajo de la agencia de medios PHE con la productora Doigs

Reason Why @reasonwhy - Begak

La acción de Tanqueray 0.0% en el edificio de Schweppes se ha hecho viral. Hemos hablado en exclusiva con Doigs, el equipo detrás de este fake out of home y te contamos cómo se hizo.

¡Más info! [reasonwhy.es/actualidad](#)

9. Digital como palanca de lo offline

Lo **offline**,
se viraliza
online



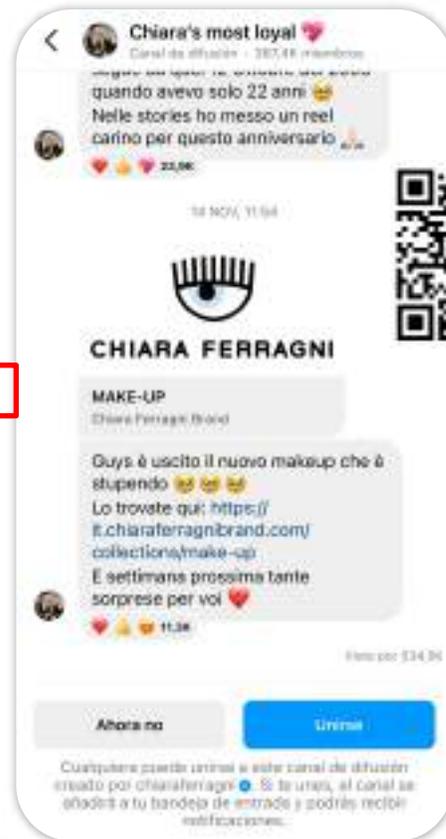
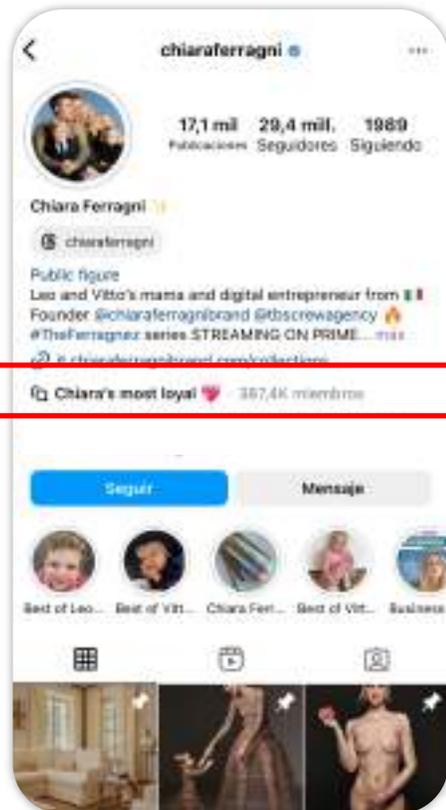
2 Tendencias 2024

10. El renacimiento de las relaciones

Canales Instagram

En 2024 ¡disponibles para empresas!

Email marketing



El 30 % de los especialistas en marketing B2B dicen que los boletines electrónicos son la mejor manera de nutrir clientes potenciales ([Content Marketing Institute](#)).

Más de 95% de personas revisan su correo electrónico diariamente.



11. Google Search Generative Experience cambia las normas del SEO



Búsqueda sin clicks o zero click search



Aclaraciones sobre la misma query



Scroll continuo



12. Privacidad y un futuro sin cookies



En la web, las cookies son **pequeños fragmentos de código** que permiten **mejorar la experiencia de usuario**. (Nombre de usuario, contraseñas, dirección de correo...)



First Party

Propias de la web que se visita.

- Inicios de sesión
- Entradas en buscadores de una web
- Configuración de idioma
- ...



Third Party

Son generadas por terceros

mientras navegas, los anuncios que visitas pueden estar introduciendo a escondidas cookies de terceros en tu ordenador, permitiendo a estos terceros rastrear por dónde vas en Internet.

- Experiencias personalizadas
- Gustos de los consumidores

13. OK video, but... ONLY VIDEO?

Ok video, but... ONLY VIDEO?

REELS

Permite llegar a más personas que aún no conocen tu marca.

CARROUSEL

Ayudan a generar más interacciones con tu comunidad.

- Segundo formato que mejor funciona

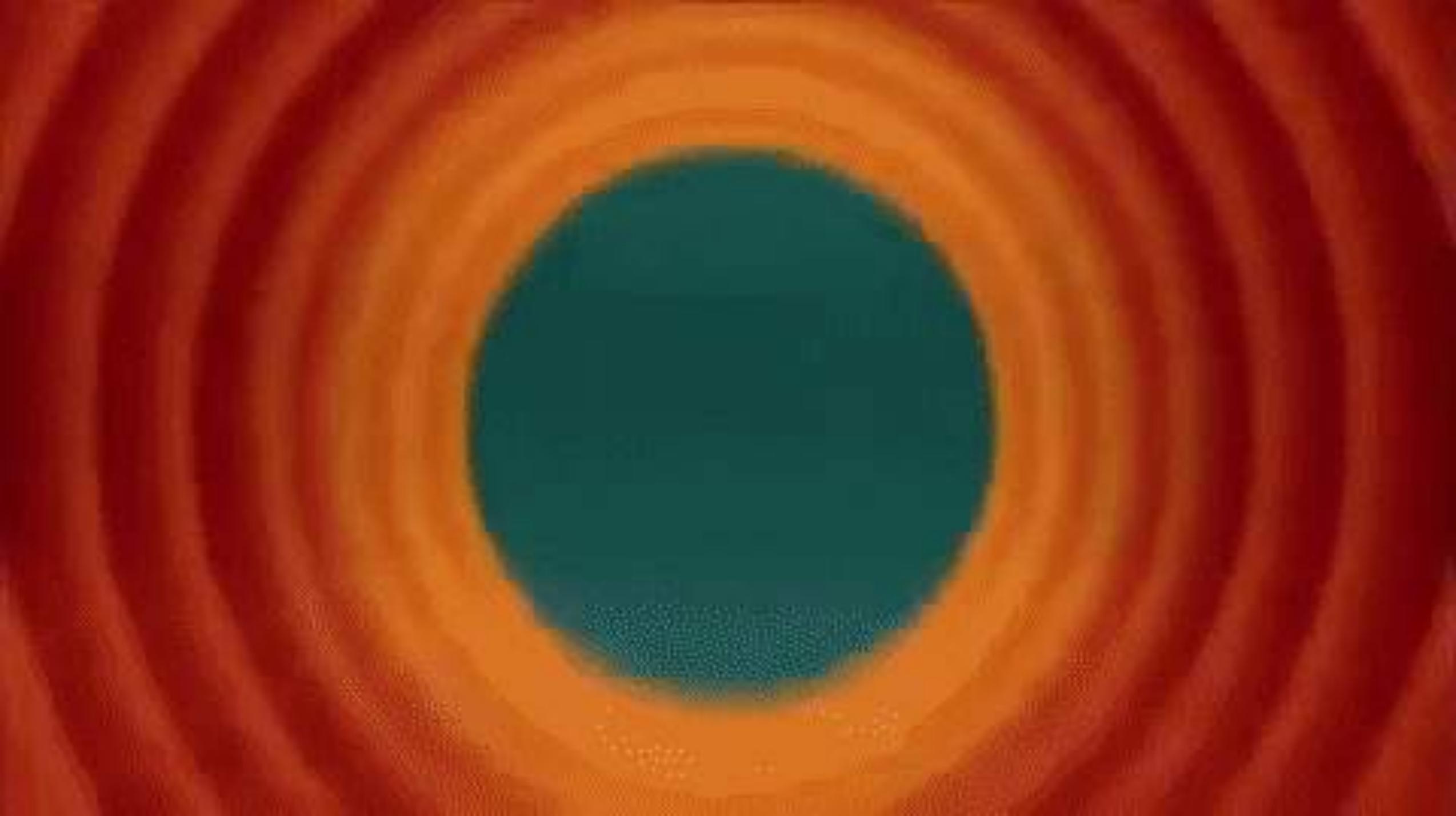
STORY

Importantes para mantener el engagement con los seguidores más fieles.

POST

Ayudan a generar más interacciones con tu comunidad.





Gracias,



Júlia Camats Cucurull

Consultora de estrategia de negocio y transformación digital en
RocaSalvatella

18 de enero de 2024

