

## **10 tendencias en promociones online que marcarán este 2018**

**Durante este 2017 se han acelerado los cambios en el paradigma de la publicidad y el marketing online, sobretudo debido a la rápida evolución de las redes sociales. Easypromos, como empresa líder en la creación y gestión de campañas digitales, prevé que en 2018 habrá la eclosión de todos estos cambios, que conforman una expansión y diversificación de las relaciones entre marcas y clientes en el mundo online, y ha elaborado una previsión de las 10 principales tendencias en marketing promocional**  
Concursos periódicos para la captación de datos y conexión con DMP y CRM para perfilar usuarios.

Los sorteos en Instagram para hacer crecer la comunidad, en auge; en Facebook, se usa la creatividad en los sorteos para activar la comunidad.

La publicidad interactiva incorpora las promociones y sorteos para buscar la participación activa de los usuarios con la marca.

Durante 2018, el marketing digital utilizará todas las herramientas eficaces de la promoción y la publicidad para construir este campo de interacción, y relegará de forma rápida aquellas acciones que no den un buen resultado según los objetivos planteados. En este ámbito, Easypromos ha elaborado una previsión de las 10 principales tendencias en auge que liderarán el marketing promocional en 2018.

### **1. Menos publicidad display y más publicidad interactiva**

La tendencia apunta a utilizar la publicidad digital para buscar la interacción del usuario, y conseguir publicidad más efectiva. En este campo, las promociones online permiten generar una participación activa del usuario con la campaña publicitaria, y canalizan este proceso de interacción. La tendencia es que cada vez se generen más campañas multiformato, en que el banner es la puerta de entrada a una acción promocional más activa y lúdica. Formatos como la nueva opción 'encuestas' de Facebook e Instagram también van en este camino.

### **2. Concursos para captación de datos y conexión con CRM y DMP**

En 2018 se seguirá ampliando con rapidez el uso periódico de los concursos con formulario de registro estructurado, una acción efectiva de inbound marketing para la captación de leads. Igualmente, se irán desarrollando y mejorando las integraciones que conectan las plataformas de captación de leads con los receptores y cualificadores de los mismos, como los CRM (Customer Relationship Management), los DMP (Data Management Platform) y las herramientas de automatización de marketing.

### **3. Sorteos para crecer en Instagram**

El aumento imparable de la comunidad en Instagram, tanto por parte de usuarios personales como de empresas, ha generado una evolución acelerada de las promociones online en esta red social. El cambio de muchas marcas a perfil empresa, y la nueva versión de la API de Facebook, ha permitido que se pueda gestionar mucho mejor la actividad de las marcas en Instagram. Esto augura un aumento progresivo y constante de los sorteos y concursos en esta red social, que ya se ha notado a lo largo del 2017, pero que se incrementará gracias a la implementación de nuevos links en Instagram, como en las Stories patrocinadas.

#### 4. Sorteos creativos para activar la comunidad en Facebook

La red social por excelencia está más limitada en cuanto a los requisitos para participar en los sorteos y promociones, debido a su mayor longitud de vida. Este aspecto, añadido a la pérdida constante de alcance orgánico, hace que las marcas busquen formas más creativas y eficaces de comunicar sus publicaciones y trabajar su comunidad. Aumenta la gamificación de los sorteos en Facebook, utilizando formatos más dinámicos como los gifs y vídeos, y combinándolos con pequeños juegos para conseguir la interacción de la comunidad, divertir al público y retenerlo durante más tiempo en la página.

#### 5. Premios basados en códigos promocionales

Los códigos promocionales se consolidan como una acción eficaz para llegar al público objetivo en redes sociales e incentivar las compras tanto en las tiendas online como en las físicas. Los profesionales del marketing idean formas más originales y creativas de ofrecer estos códigos promocionales como premios; se buscan dinámicas que trasladen al mundo online acciones tradicionales offline como el 'rasca y gana', los 'códigos ganadores' o los 'momentos ganadores'. En 2018 se intensificarán las acciones de gamificación en la distribución y validación de códigos promocionales online.

#### 6. Aumento progresivo de los concursos de vídeos

Desde hace ya unos años, el consumo y producción de vídeo va ganando terreno entre los usuarios de Internet, sobretodo gracias a la expansión de los smartphones que permiten consumir y generar este formato de contenido con gran facilidad. Los concursos de vídeos van en aumento entre las empresas que tienen más consolidada una estrategia online, pues permiten a las marcas obtener UGC en formato vídeo, un contenido muy apreciado porque la audiencia potencial valora muy positivamente las recomendaciones de los clientes y usuarios, mucho más que la publicidad propia de la marca.

#### 7. Concursos en los vídeos de YouTube, Facebook y streaming

Estudios como el de CISCO prevén el aumento del consumo de vídeo hasta llegar en 2019 el 80% del total de contenido consumido en Internet. El Video Marketing y el Marketing TV da respuesta a esta tendencia y marca un estilo de comunicarse con el público objetivo en que el vídeo es muy relevante. Por este motivo, todas las redes sociales potencian los vídeos y se aprovechan de los concursos y sorteos para conseguir más engagement, viralización e interacción de las visitas. Estas promociones ya se están observando en los vídeos de las marcas e influencers en Instagram, YouTube, y en las publicaciones y videos live de Facebook.

#### 8. Expansión del uso y funcionalidad de los hashtags

Hace ya años que los hashtags son muy usados en Twitter e Instagram, y su uso se ha contagiado a Facebook, aunque esta red no permite un seguimiento intensivo de los hashtags porque sólo recupera

los relevantes difundidos en modo público, y los de páginas o personajes públicos. El hashtag ya se ha convertido en la forma natural de filtrar contenido en Twitter e Instagram; también se utiliza para relacionar el contenido de marca, y para monitorizar el contenido generado por el usuario que está vinculado a un evento, una marca, una temática, días festivos o celebraciones. Se prevé un uso cada vez más global de los concursos y sorteos de hashtags para dinamizar las comunidades online y generar notoriedad de marca o producto.

#### 9. Concursos como acción periódica en estrategias de inbound marketing

Los profesionales del marketing que se dedican al inbound han podido comprobar que los sorteos, concursos y apps promocionales pueden ayudar a la estrategia de atracción de tráfico, captación de leads y cualificación de los mismos. El uso de estos recursos dentro de este ámbito del marketing se va incrementando al mismo ritmo que las estrategias inbound van adquiriendo más abasto y notoriedad. En 2018, este ámbito seguirá evolucionando con rapidez.

#### 10. Instagram Stories y mensajería instantánea, nuevos canales en auge para la difusión de las promociones

El auge de Instagram y sus limitadas vías para difundir enlaces externos ha generado el uso intensivo de las Stories para difundir las promociones y sorteos activos, y dirigir tráfico al lugar donde los usuarios pueden obtener más información. También de forma natural, los participantes han ido intensificando el uso de las apps de mensajería instantánea para difundir las promociones y sus participaciones en sorteos y concursos. Se prevé que este uso irá en aumento y se augura que pueden diversificarse aún más las formas de compartir estas acciones.

Consulta aquí la explicación ampliada de estas tendencias

#### **Datos de contacto:**

Marti Ferrer

Nota de prensa publicada en: [Girona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>