La cara cambiante del marketing digital: lo que las pequeñas empresas necesitan saber para 2018

El marketing digital, o mejor dicho, su evolución, se alinea junto con el surgimiento de determinadas innovaciones tecnológicas cuya transformación es constante. Los responsables de este tipo de innovaciones son, principalmente, motores de búsqueda como Google, Bing o Yahoo, así como plataformas de Redes Sociales como Facebook, Twitter o Instagram

Un cambio en sus políticas, una innovación que se introduzca en su sistema o sencillamente la opinión de una persona que pertenezca al equipo de estas grandes compañías es capaz de poner en pie de guerra a los equipos de marketing de miles de empresas, y es por ello que prestar atención a este tipo de cambios es esencial para ser capaz de tener éxito en lo que respecta al marketing digital.

Nacho García, Director Web de Tus Ideas, explica cuáles son las novedades más importantes que las pequeñas empresas deberían tener en cuenta a fin de mejorar los resultados de sus esfuerzos en marketing digital de cara a 2018.

La inteligencia artificial aplicada al marketing es hoy una realidad

Cuando se menciona la inteligencia artificial a la mayoría de la gente le viene a la cabeza un robot capaz de comportarse como un ser humano. "Y aunque están realizándose innovaciones muy interesantes en el campo de la inteligencia artificial aplicada a la robótica, la inteligencia artificial aplicada al marketing digital está lejos de tener que ver con robots que se comportan como seres humanos", afirma Nacho.

En la actualidad, herramientas como Google AdWords o Facebook usan AI para segmentar a quién se muestran los anuncios que se contratan por medio de su plataforma. "Y si ampliamos un poco más el espectro de herramientas que los profesionales en marketing usamos día a día, prácticamente aquellas que aún no han implementado la IA están, al menos, investigando cómo poder hacerlo", explica.

Búsqueda por voz: el objetivo principal en 2018

El aumento de la búsqueda por voz es algo que debe tener en cuenta debido al ritmo al que está creciendo. Se calcula que hay 50 mil millones de búsquedas por voz al mes en este momento, y esta cifra no deja de aumentar.

Para los propietarios de pequeñas empresas en 2018, el gran aumento en la búsqueda por voz tendrá un impacto en las empresas de consumo más que B2B. Sin embargo, ambos deberían implementar planes para beneficiarse, en lugar de quedarse atrás.

"En la búsqueda por voz solo el primer resultado es leído por los dispositivos, por lo que ser el número 2 en los resultados no servirá para atraer clientes por medio de este canal. Es por ello que, de cara a

2018 y al futuro, el posicionamiento SEO orientado a la búsqueda por voz es un objetivo por el que estamos peleando con muchos de nuestros clientes", mantiene Nacho.

Obtener una ventaja competitiva en 2018 depende en gran medida de ser capaz de adaptarse a los cambios que están por venir. Y aquellos relacionados con el marketing digital inciden directamente en la posibilidad de quedarse relegado en la cola, o de hacerse un hueco entre aquellos que estarán ahí para los consumidores que se sumen al carro de las innovaciones tecnológicas.

Datos de contacto:

Tus Ideas

<https://www.tusideas.es/>

915 227 148

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Programación](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>