

‘Las empresas deberán adaptarse a Facebook y Google si no desean quedarse atrás’, afirman en Tuwebprimero

Los últimos años han estado marcados por los esfuerzos de las redes sociales más populares para reinventarse y ganar mayor presencia en la vida. Han cambiado tanto desde entonces, que ahora es incluso arriesgado etiquetar estas plataformas como sociales o llamarlas redes

"En el pasado, los recién llegados intentaban competir con las redes sociales establecidas. Ahora todo el pescado está ya vendido. Amazon es un ejemplo notable de esto, con su lanzamiento de Spark, una red social comercial, y su poderoso servicio de publicidad, que compite directamente con jugadores clave como Facebook", explican los expertos de Tuwebprimero.

En lo que respecta a cómo las empresas pueden sacar el máximo partido de este panorama, ofrecer a los usuarios el mejor contenido posible continuará siendo fundamental a lo largo de este año. Pero si bien es cierto que estos gigantes tecnológicos controlan estas plataformas con sus propias reglas, no todo depende de ellos.

"La realidad aumentada, la realidad virtual, el Internet de las cosas y el auge de los asistentes de voz representan vientos de cambio para las estrategias de redes sociales de las marcas. No solo deben adaptarse a las nuevas tecnologías, sino que también deben crear contenido personalizado, a menudo disruptivo, para seguir siendo relevantes para los consumidores", afirman.

A medida que avanza la tecnología, la inteligencia artificial tendrá un papel cada vez más importante en la vida y, por lo tanto, las marcas deben adaptar sus estrategias antes de que sea demasiado tarde para poder aprovechar las tendencias emergentes.

"Las realidades alteradas, incluidas las virtuales y las aumentadas, se han convertido en parte de la vida de muchos consumidores a través de las redes sociales. En 2016 Pokemon Go despertó la conciencia de esta tendencia; en 2017, las gafas, cascos y otros equipos de realidad virtual se convirtieron en parte de la vida diaria de muchas personas; y en 2019 estas tecnologías deberían asentarse", explican.

Por otro lado, no conviene olvidar que en 2018 la publicidad en redes sociales experimentó drásticos cambios. A raíz del escándalo de Cambridge Analytica las plataformas sociales se vieron obligadas a ofrecer mayor seguridad para los usuarios, así como una mayor transparencia sobre cómo utilizaban sus datos.

"Y para colmo, el duopolio publicitario de Google y Facebook no facilita las cosas a las marcas y

agencias. Pero esto no debe eclipsar la importancia y la singularidad de la publicidad en las redes sociales. A pesar de ello continúan siendo uno de los principales canales de comunicación entre marcas y usuarios, e incluso aunque Google y Facebook cambien poco a poco las reglas del juego, las empresas deberán adaptarse a esos cambios si no desean quedarse atrás", concluyen los expertos de Tuwebprimero.

Datos de contacto:

Tuwebprimero
<https://tuwebprimero.com>

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

Categorías: [Nacional Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>