

Easypromos pronostica las 9 tendencias para 2020 en promociones digitales y campañas interactivas

Se consolidará la buena salud del sector de los concursos y sorteos en redes sociales debido a la demanda de contenido interactivo por parte de los usuarios. El nuevo reto para las grandes marcas es la industrialización de acciones promocionales para la captación consentida de datos de usuario

“El usuario ha pasado de mirar la televisión a mirar el teléfono, por eso saber captar y mantener la atención de los usuarios en los medios digitales se convertirá en uno de los principales retos de los profesionales del marketing digital para este 2020” pronostica Carles Bonfill, CEO de Easypromos, al principio de su artículo explicando las tendencias de concursos y sorteos en medios digitales para el 2020. La plataforma es líder en promociones digitales, tiene ya 10 años de experiencia en el sector y cuenta con más de 20.000 clientes activos de todo el ámbito mundial.

Adicionalmente se añade el reto de la privacidad de los datos de los usuarios. Los usuarios son cada vez más conscientes del valor de ellos, más prudentes en el rastro que dejan al navegar, y más recelosos cuando piden ceder sus datos personales.

Estos dos retos son los que permiten que la combinación de Campaña interactiva + Registro de datos + Incentivo + Redes sociales se convierta en 2020 en una acción ganadora para los equipos de marketing. Un mix que se concretará en las siguientes tendencias:

1. Industrialización de los sorteos y concursos online para la captación de datos de usuarios. El objetivo de los directores de marketing de las grandes marcas es crear una máquina automática de generación de leads a través campañas online interactivas que alimenten sus bases de datos. El reto será cómo organizar la ejecución de estas campañas cuando la empresa gestiona múltiples marcas y múltiples usuarios.

2. Fomento del engagement de usuarios a través de sorteos en redes sociales. Continúa el auge de este tipo de sorteos rápidos para repartir premios en el que se participa interaccionando con la marca en las redes sociales. Es una acción que es efectiva y que continuará funcionando muy bien durante el 2020. Instagram, Facebook, Youtube y Twitter seguirán siendo las redes más efectivas y utilizadas para el lanzamiento de sorteos y campañas promocionales.

3. Incremento del uso de juegos y campañas interactivas para retener la atención del usuario. En septiembre del 2019, Facebook publicó un estudio en el que la tendencia es pasar de la publicidad unidireccional a una publicidad interactiva. En el ámbito de concursos y promociones habrá un incremento de las campañas interactivas tipo juego como los puzzles, juegos de memory, sopa de letras o trivias de conocimientos. Son campañas que permiten a las marcas lanzar rápidamente juegos de entretenimiento a los usuarios, e incrementar el tiempo de impacto con elementos de la marca.

4. Aplicación del formato de Playable Ads con juegos de marca. Estos formatos publicitarios se diseñaron especialmente para las descargas de apps de juegos y permiten al usuario probar durante un tiempo al juego dentro del propio anuncio, y si quiere continuar se le ofrece la opción de descargar la aplicación. También se están utilizando los Playable Ads para mostrar un juego de la marca y, tras finalizar, se le invita a registrar sus datos para conseguir un cupón. Es un formato publicitario efectivo que irá en aumento entre las marcas.

5. Incremento en el uso de códigos y tarjetas digitales como premio de concursos. Un concurso o sorteo siempre tiene un premio o un incentivo asociado. Es el elemento que hace que la promoción funcione y convierta usuarios. En 2020 se verá como aumenta el uso de los premios digitales (códigos digitales, tarjetas regalo en tiendas online, suscripciones a servicios de pago, contenido digital, etc.) para conseguir simplificar la gestión de esta parte de los concursos y ser más eficientes.

6. Aumento de los concursos y sorteos con influencers (y microinfluencers). El marketing de influencers es una realidad desde hace ya unos años pero presenta muchos desafíos todavía, tanto para el influencer como para la marca. Hay dos tendencias actuales: las campañas con microinfluencers (menos de 10.000 seguidores) porque el coste por engagement obtenido en sus campañas es muy inferior a los influencers con más seguidores, y los sorteos organizados por influencers con productos que les dan las marcas y que sirven para promocionarla.

7. Más concursos que fomenten el User Generated Content (UGC). La Generación Z es la generación de los selfies y del autocontenido. Es la generación más tecnológica y más predispuesta a subir contenidos de ellos mismos. Las marcas deben aprovechar esta predisposición para que sean los propios usuarios que suban contenido a la red con elementos de la marca. Los concursos que incentiven estas acciones seguirán siendo tendencia en el 2020.

8. Concursos en directo en las plataforma de live streaming. Las retransmisiones en directo son un formato de contenido muy popular, sobretodo en el mundo del gaming, a través de plataformas como Twitch y YouTube Live. Un sorteo en directo entre la audiencia que visualiza una partida es una acción muy habitual realizada por el jugador (gamer), pues le permite mantener atenta a su audiencia y atraer a nuevos usuarios. El crecimiento del sector de gaming hará crecer la demanda de concursos y sorteos durante las retransmisiones en directo.

9. Grandes eventos del año: los Juegos Olímpicos de Tokio 2020. Los concursos, sorteos y promociones online tienen una fuerte vinculación con el dayketing: realizar promociones durante días especiales como Navidad, San Valentín o Halloween, pero también en eventos, como un gran concierto, una gran presentación etc. Los Juegos Olímpicos de Tokio permitirán ver muchos nuevos concursos, sorteos y juegos online relacionados con este gran evento deportivo.

Datos de contacto:

Sílvia Martí
872550452

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

Categorías: [Marketing](#) [Juegos](#) [Software](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>