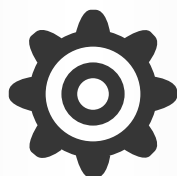


ESTRATEGIA DIGITAL



La analítica web será fundamental para la captación de nuevos públicos y la mejora de la **estrategia comercial**.



Desaparecen los automatismos, en favor de la **interacción personal**.



Facebook, Twitter y LinkedIn se consolidan como principales canales usados por las marcas.

· **Experiencia como estrategia**

La experiencia de marca se colará en los briefings de las compañías líderes en Internet. Se primará el control sobre los procesos para ofrecer una experiencia de marca más atractiva y homogénea para el usuario. Las marcas saldrán al encuentro de nuevos territorios, seguras de que su presencia es reconocible y confiable.

· **Foco en la analítica**

La analítica es la base de la innovación. Su peso en las estrategias digitales crecerá en 2016, con inversión y proyectos dedicados. Su papel es cada vez más vital en objetivos que son clave para las compañías: desde conquistar nuevos nichos de comunicación a fortalecer la estrategia comercial.

· **Un front más personal**

La comunicación se vuelve más personal. La eliminación de los automatismos es tendencia en cuanto que ya se ha constatado que los usuarios rechazan las relaciones antinaturales. En 2016 veremos cómo la interacción entre personas vuelve a tener protagonismo desde el diálogo en plataformas sociales hasta la experiencia de compra.

· **Madurez 'SOCIAL'**

La experiencia de marca se colará en los briefings de las compañías líderes en Internet. Se primará el control sobre los procesos para ofrecer una experiencia de marca más atractiva y homogénea

para el usuario. Las marcas saldrán al encuentro de nuevos territorios, seguras de que su presencia es reconocible y confiable.

· **Micro targeting, macro results**

La segmentación se sofisticada. Las nuevas formas de acercarnos a los usuarios han terminado con la vieja segmentación demográfica. La analítica nos ha mostrado la efectividad de poner el foco en los lugares donde se produce el encuentro entre las marcas y los usuarios. En 2016 las estrategias digitales restarán protagonismo al perfil sociodemográfico para ocuparse del tráfico y la experiencia del usuario.

· **Privacidad como valor en alza**

'La sentencia Facebook' va a marcar un antes y un después. Este año tendremos que aplicar profundos cambios en nuestra presencia digital. No sólo para evitar multas, sino porque cambia muchos procesos de recabado de datos realizados desde plataformas de matriz estadounidense (desde Twitter a FourSquare). Por el contrario, aportar seguridad será un medio tan irrenunciable como eficaz de conseguir diferenciación y relevancia entre los usuarios. No será extraño volver a ver la seguridad/privacidad entre los 'mensajes core' de las compañías.