Diez tendencias que tendrán impacto en 2013

Publicado en: Comunicación

fuente: dossiernet

La agencia Aegis Media confeccionó una lista de diez tendencias que se verán este año.

1. Makers

- La gente y las marcas se acercan al DIY (Do it yourself) cada vez más. Esto se da gracias a la caída de los costos en lo que respecta a tecnología como impresoras 3D y el crecimiento de los sitios de crowd-funding.
- A pesar que la música, las películas y el arte conforman las 2/3 partes de los proyectos exitosos en la plataforma Kickstarter, cada vez más gente está juntando dinero con el fin de crear productos de diseño personalizado.
- Las marcas están comenzando a dejar que sus clientes hagan y diseñen sus productos.
- Un ejemplo de esta tendencia se da en los parques de Disney donde los turistas pueden crear una muñeca “princesa” con su propia cara.

2. Online To Offline

- Las empresas que son 100% digitales están presentándose de manera física y creando experiencias reales para sus clientes. Estas empresas saben que trasladando al mundo offline su conocimiento online pueden aumentar su market share.
- Amazon, está innovando en delivery en el mismo día (comprar por la mañana y recibirlo por la tarde) y cuentan con unos lockers en la vía pública en los cuales pueden concretar el envío.

3. Work-Arounds

- Tanto las empresas como las personas están desarrollando soluciones alternativas para aquellas tecnologías que no son del todo eficaces. Se puede observar este fenómeno desde los sistemas de pago hasta en la red Instagram. La gente usa su ingenio para evitar las restricciones legales o simplemente para detectar deficiencias en los servicios.
- Instagram, por ejemplo, no deja compartir las fotos de otros, pero se soluciona fácilmente si uno hace un print y lo sube por su cuenta.

4. Pagos

- En la actualidad hay más piratería online de lo que existía tiempo atrás, pero también es cierto que las personas están mucho más abiertas a pagar por ciertas cosas. Esto se debe a la facilidad de pago que hay, a entender por qué se necesita pagar por algo y poder identificar a dónde va ese pago.
- Un ejemplo es Facebook que lanzó un nuevo servicio de regalos en Estados Unidos, en el cual

© **BrandReport** By NSB - BrandReportBlog.com

la gente paga para que los obsequios sean entregados a sus amigos.
- The New York Times, por su parte, tiene cerca de 450 mil suscriptores y obtiene mayor ganancia de parte de ellos que por publicidad.

5. Digital Scarcity
- Las cosas no se agotan en lo digital. Por ejemplo, una tienda no puedo quedarse sin eBooks. De todas formas, la escasez en lo digital puede crear demanda, lo que hará que los precios se eleven, por eso las empresas están tratando de crear escasez.
- Las marcas crean escasez haciendo acciones por un tiempo limitado. Ebay, por ejemplo, creo una tienda para Henry Holland durante el London Fashion Week.
- Sitios como Fab.com crea ofertas por un período de tiempo muy limitado.
- Algunos famosos tienen usuarios especiales para un grupo reducido de personas, distinto al perfil público que manejan.

6. Chinese Influence
- La influencia de China en la economía digital es de gran importancia y se va a hacer notar muy pronto. Tal es así que hace tres años esta sociedad se convirtió en la más conectada.
- Ellos lideran y establecen las tendencias, especialmente en mobile, mensajería y e-commerce.
- China es líder en acceso a internet mobile. En el tercer trimestre se vendieron 60 millones de equipos y 20 millones de PCs.
- China lidera también los televidentes en dispositivos mobile.

7. Acquisitions
- Cada año en Silicon Valley se crean compañías de cuatro mil millones de dólares.
- El propósito es que se hagan públicas, pero dado lo que paso con Zynga, Pandora y Facebook, muchas de estas empresas van a ser disuadidas de que pase esto y por eso es que puede llegar a haber una gran ola de adquisiciones.
- A diferencia de las empresas fundadas en el pasado, muchas de las nuevas compañías son creadas por un propósito único.
- Por ejemplo, Facebook quería cubrir todos los usos de la web (mail, fotos, videos, mensajería instantánea). No es el caso de Pinterest que solo se especializa en una cosa.
- Las últimas muchas veces son consideradas mejores y más atractivas para ser adquiridas.

8. Targeting
- Hoy en día hay muchas opciones de targeting desde sitios como Facebook y Twitter . Estas redes sociales introdujeron en 2012 nuevas opciones de targeting y van a seguir mejorando esas herramientas.
- Los sitios que cuentan con una gran cantidad de información sobre los consumidores están mejorando respecto a procesar esa información y vender espacios.
- En Facebook y Twitter se crean muchas publicidades dinámicamente teniendo en cuenta los atributos de la audiencia, determinando el mensaje, las imágenes, los colores, etc.

- Facebook ya hace procesos de targeting con información demográfica. También puede seguir los acontecimientos en otros sitios sobre los anuncios publicados, y rastrear direcciones de mail con el fin de orientar de manera efectiva las publicidades.

9. New Currencies

- Hoy en día las personas aprovechan su influencia social.
- Las mediciones ayudan a las marcas a entender lo beneficioso del apoyo de los consumidores, por lo que se incentivará a las personas con influencia a probar lo productos.
- Amazon, por ejemplo, ofrece un producto gratis a los críticos más valorados ya que darán una opinión honesta (positiva o negativa).
- Kellogg's permite a los clientes "pagar con un tweet": un tweet sobre un producto y a cambio recibe una caja de la nueva línea "Special K Cracker Crisps".
- La confianza es esencial en este tipo de relaciones, por lo que el uso excesivo va a generar expectativa en los influenciadores y el beneficio se va a perder.

10. The "Wow" Factor

- Las marcas van a seguir apostando a acciones que sorprendan a las personas.
- Un ejemplo es el salto desde la estratósfera de Felix Baumgartner auspiciado por Red Bull. Este evento fue visto en Youtube por más de ocho millones de personas.
- Otro ejemplo es Microsoft, que trabaja en la traducción en tiempo real. Prueba que se hizo en Inglés y Mandarín.
- Por último, el Popinator, que se refiere a una máquina que hace pop-corn y que como diferencial tiene control por voz.