El futuro de la comunicación comercial y las tendencias digitales

Si hay algo que se sabe del mundo digitales es que no se sabe nada. Muchas han sido las novedades digitales que tras un boom inicial se han quedado en nada. Sin embargo existen 15 realidades que "*Esperemos*" progresen y hagan de la comunicación digital algo más cercano a lo que se buscaba cuando se concibió la Web por Tim Berners-Lee. *"La web es más una creación social que técnica. La diseñe para que tuviera un efecto social, ayudando a la gente a trabajar conjuntamente"*.

15 realidades que pueden convertirse en tendencias cambiando la forma de comunicarnos con los consumidores en los próximos 3 años.

1. **Más Resultados**: Los modelos de branding en los medios digitales (Display) darán paso al mundo performance. Impactos orientados 100% a resultados. El mundo mobile asomará la cabeza, por fin, gracias a las nuevas tecnologías 4G y a la alta penetración de las Tablets.

2. **Mensaje Adaptado**: Muchos son los puntos de contacto digitales con diferentes hábitos de consumo cada uno de ellos. El crear un solo mensaje para lanzarlo por igual a todos los puntos de contacto se acabará, dando paso al mensaje adaptado, con segmentaciones locales, geolocalizadas y por momento del día. ¡Esperemos!

3. **De Display a los Demand Site Platforms**: 2013 será el pistoletazo de salida para comenzar a trabajar el medio online no como compra de soportes, sino como compra de audiencias. El Real Time Bidding (Puja en Tiempo Real), se postula como la solución para comprar espacio no vendido de los publishers en un modelo de puja, comprando impresiones que se ajusten a las audiencias que buscamos.

4. **DSP´s Mobile**: El aumento de impresiones disponibles, potenciará la compra de impactos bajo los modelos de Real Time Bidding.

5. **Del Online CPM al eGRP**: Ya son muchos los anunciantes en EE.UU que compran la Tv a CPM para poder unificar con su actividad en TV. En España pasaremos a negociar y comprar impactos en terminología eGRP. Porque la Tv es el medio rey y nunca morirá, esta nomenclatura debe unificarse no vaya a ser que pase como el satélite americano que se estrelló en Marte por confundirse en el setup entre millas y km.

6. **Pre-Roll a Coste por Visionado**: YouTube rompió el mercado frente al tradicional CPM del Pre-Roll. En estos 3 años los modelos de costes por visionado del video, donde solo pagas si el usuario ha visto un alto % del mismo, será la tónica habitual.

7. **Medición Avanzada**: La resolución de Comscore como fuente oficial de medición de audiencias, permitirá avanzar en la medición de impactos por target más en detalle, tal y como se hace en Televisión. A su vez institutos de investigación ya empiezan a ofrecer un cruce de datos entre audiencia en los medios digitales y sus panels de compra, permitiendo detectar donde navegan los compradores de un producto concreto.

8. **HTML5**: Ya está aquí. De momento son pocos los que dominan este lenguaje pero se postula como la solución para lanzar impactos interactivos y de engagement en plataformas mobile.

9. **Social Performance**: Mucho se habla del Social Media, pero el entorno actual de crisis hará que la medición al extremo de cada acción en medios sociales, nos llevará a hablar de Social Performance.

10. **Transparencia**: Las marcas en estos 3 años ya habrán pasado alguna experiencia negativa en las redes sociales, despertando su interés por un canal donde YA ESTÁN, quieran o no, pero no le han dado la importancia que requiere. Dejarán de ser reservados para empezar a abrirse en transparencia. Otro "*¡Esperemos!*" más.

11. **Community Management In-House**: Lo que a día de hoy se externaliza empezará a gestionarse In-House. El papel de las agencias expertas en Social Media se centrará en la orientación estratégica y desarrollo de una personalidad en la red acorde con la marca, así como acciones tácticas que potencie y den vida a la comunidad.

Jaime Fernández de la Puente-Campano *

12. **Social Businesses**: Algunas serán las compañías que darán el poder a sus empleados para ser invencibles en la red. Aquellas que abran con coherencia y control la comunicación social a sus empleados, serán invencibles en la red.

13. **Microcomunidades Freak**: Los próximos años aparecerán miles de comunidades específicas por temáticas, siendo el Hub, Facebook, como lugar donde estamos todos.

14. **SEM Mobile**: Ya estamos rondado el 25% de las búsquedas en Google a través de un dispositivo móvil en España, donde la geolocalización y la integración con redes sociales dará resultados más afines con cada persona.

15. **e-Commerce para todos**: Los nuevos modelos de negocio de suscripción mensual como dollarshaveclub.com, abre posibilidades a todas las marcas más reticentes al e-commerce como las empresas de gran consumo, de ofrecer venta online de volumen al mes. Una buena manera de fidelizar e incomodar al Retailer.

"*Esperemos*" que sigamos avanzando en este camino Sir Tim..

(*) **Jaime Fernández de la Puente-Campano** es Marketing and Business Development de Arena Quantum.

PAU CLARIS 186, PLANT