

UDS

Materia:

MERCADOTECNIA NUTRICIONAL

Alumno:

Santiago Gómez Hernández

Maestra:

ITALIA YAMILETH HERNANDEZ FIGUEROA

Tarea:

Investigación

Fecha:

21/01/2023

El contenido de formato corto va en aumento y no parece estar desacelerando. Instagram Reels, TikTok y YouTube Shorts son algunos de los principales canales de contenido de video en la actualidad. Gracias a su capacidad para captar la atención y generar un compromiso más fuerte que otro contenido, se predice que el video marketing jugará un papel aún más prominente en el marketing en 2022. Una estrategia es crear más contenido de video corto, ya que se ha descubierto que el algoritmo de Instagram favorece en gran medida a Reels. En otras palabras, más videos significan más exposición.

Además, las campañas de marketing por correo electrónico, los sitios web y los formatos publicitarios incorporarán más contenido de video. El análisis de datos que se usa para rastrear el rendimiento del video será más sofisticado. Como resultado de la tecnología de seguimiento mejorada, veremos más empresas invirtiendo en publicidad en video.

Por ejemplo, el remarketing es una forma primordial de publicidad que integrará el video marketing de una manera que no lo había hecho antes. Al usar contenido de video personalizado, podrá optimizar con qué tipo de videos está reorientando para entregar los anuncios con más probabilidades de convertir. Asimismo, el contenido generado por el usuario dominará en el marketing de video. Estas fuentes mencionadas no solo ahorrarán tiempo, sino que también ayudarán con el rendimiento. La gente se está volviendo más ciega a la publicidad tradicional. Al aprovechar las personas influyentes y los videos creados por los clientes, captará la atención de su audiencia de una manera mucho más auténtica y significativa.

No obstante Algunas tendencias de marketing actuales son el marketing de contenido, el marketing de influencia, el marketing de búsqueda, el marketing de redes sociales, el marketing de video, el marketing de correo electrónico, el marketing automatizado, el marketing de voz y el marketing de realidad aumentada/virtual. También se está enfatizando cada vez más la personalización y la segmentación del público, así como el enfoque en la experiencia del cliente y la transparencia en la publicidad.