

Estudio

TRENDS '25

Comunicación

Marketing

PR



trescom

Radiografía 2024



Inteligencia Artificial (IA) y aprendizaje automático

La integración de IA en las estrategias de marketing ha permitido una personalización más precisa y la automatización de procesos, mejorando la eficiencia y efectividad de las campañas.



Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR)

Estas tecnologías han transformado la interacción con los consumidores, ofreciendo experiencias inmersivas que aumentan el compromiso y la fidelización.



Marketing de contenidos multimedia

El aumento del uso de vídeos, podcasts e infografías ha incrementado el engagement y la retención de información por parte de las audiencias.



Marketing omnicanal

La integración de múltiples canales de comunicación ha proporcionado experiencias de cliente más coherentes y personalizadas, mejorando la satisfacción y lealtad.

Perfil de usuario actual

Los consumidores actuales son más exigentes, buscan experiencias personalizadas y valoran la transparencia y autenticidad en las marcas.





Tendencias 2025

Personalización, uso de tecnologías emergentes y autenticidad, indispensables en los planes de marketing y PR de todas las empresas.

Los contenidos y el UGC

Humanización de la marca

Las marcas continuarán enfocándose en mostrar sus valores y autenticidad, compartiendo historias de sus empleados y sus procesos detrás de escena.

Mensajes inclusivos y diversos

Las audiencias demandan más representación en todos los tipos de contenido, por lo que las marcas estarán más alineadas con la inclusión y la diversidad en sus narrativas.

Micromensajes personalizados

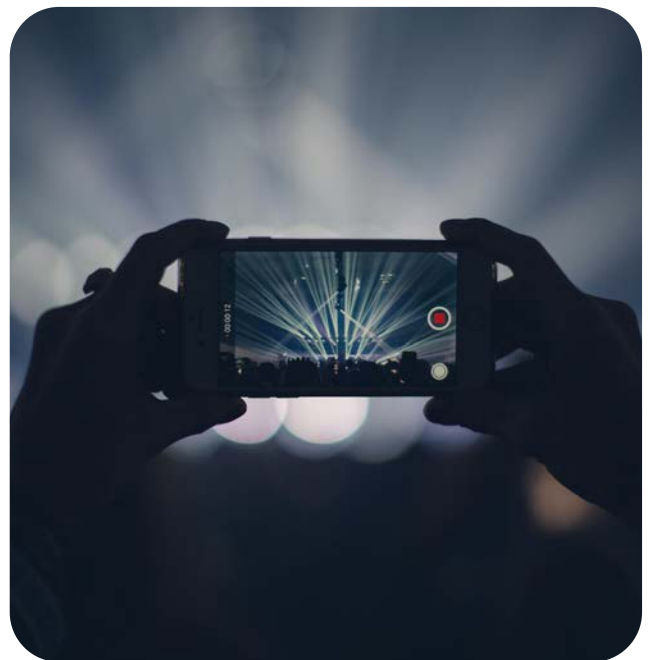
Los consumidores prefieren interacciones más breves y precisas. La personalización de mensajes cortos, basados en datos de comportamiento, será clave.

Comunicación visual y minimalismo

Con la saturación de contenido, la simplicidad en los mensajes visuales será una estrategia ganadora. Las marcas apostarán por imágenes impactantes con copys mínimos.

Contenido generado por el usuario (UGC)

Se espera un aumento en la utilización de UGC, ya que aporta autenticidad y fomenta la participación de la comunidad. Además de asegurar que los mensajes lleguen de manera efectiva a todos los empleados.



Los contenidos y el UGC

Vídeos en vivo y transmisiones en directo

Las marcas utilizarán más este formato para conectar en tiempo real con su audiencia, ofreciendo experiencias inmediatas y auténticas.

Calidad de contenido

La calidad será clave para destacar entre tanto contenido básico generado por Inteligencia Artificial. Las marcas deberán centrarse en ofrecer experiencias personalizadas y significativas, ya que la IA permite una interacción más sofisticada, pero al mismo tiempo, incrementa la necesidad de diferenciación a través de contenido auténtico y relevante que conecte genuinamente con los consumidores.

Enfoque en la Experiencia del Empleado

Las empresas priorizarán la creación de una experiencia positiva para los empleados a través de comunicaciones personalizadas, reconocimiento y promoción del bienestar laboral.

Comunicación multicanal

Se potenciará el uso de múltiples canales de comunicación para asegurar que los mensajes lleguen de manera efectiva tanto a los empleados como a los clientes.



Tecnología e innovación aplicada

Automatización y personalización

El uso de IA permitirá automatizar tareas repetitivas y personalizar las interacciones con los clientes a gran escala. La IA también está revolucionando la generación de contenido, especialmente en el ámbito del video, facilitando su creación de manera rápida y accesible para todos.

Análisis de datos avanzado

La capacidad de analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real facilitará la toma de decisiones informadas y la optimización de las estrategias de marketing.

Integración de AR y VR

Estas tecnologías se integrarán más en las estrategias de marketing, ofreciendo experiencias inmersivas que diferenciarán a las marcas en el mercado.

Tecnología de voz y asistentes virtuales

Con el aumento del uso de dispositivos de voz, las marcas invertirán más en optimización para búsquedas por voz y en crear experiencias de marca a través de asistentes virtuales.

SEO y la transformación impulsada por la IA

La IA está reescribiendo las reglas del SEO, ya que los algoritmos están evolucionando para priorizar la calidad del contenido sobre las tácticas tradicionales de optimización. A medida que la IA mejora la comprensión semántica y el análisis de la intención del usuario, los motores de búsqueda valorarán más los contenidos que ofrecen respuestas completas, relevantes y personalizadas.



Impacto medioambiental & Sostenibilidad

Comunicación de impacto ambiental

Se promoverá la difusión de las iniciativas y logros ambientales de las empresas, destacando el compromiso con la reducción de la huella ecológica y la protección del medio ambiente.

Marketing verde

Cada vez veremos más estrategias de marketing que enfatizan los aspectos sostenibles y socialmente responsables de los productos o servicios, atrayendo a consumidores conscientes.

Talento consciente

Las empresas pondrán en marcha programas de formación y campañas internas para promover la conciencia y el compromiso de los empleados con prácticas sostenibles.



Asuntos Públicos

Transparencia

Las tecnologías digitales mejorarán la transparencia, accesibilidad y eficiencia en la comunicación gubernamental con los ciudadanos.

Comunicación de crisis

Se implementarán estrategias efectivas para comunicar rápidamente información crucial durante crisis o emergencias, asegurando una respuesta oportuna y coordinada.

Participación ciudadana en RRSS

Usaremos las Redes Sociales para fomentar la interacción y el feedback de los ciudadanos, promoviendo una mayor participación en la toma de decisiones públicas.



Social media: plataformas y formatos

Crecimiento del comercio electrónico en Redes Sociales

Las plataformas sociales continuarán integrando funciones de compra directa, facilitando el proceso de compra para los usuarios.

Microinfluencers y prescriptores

Las marcas colaborarán más con microinfluencers y prescriptores, quienes ofrecen mayor credibilidad y conexión con audiencias específicas.

Énfasis en la privacidad y transparencia

Las plataformas reforzarán sus políticas de privacidad y transparencia, respondiendo a la demanda de los usuarios por un mayor control sobre sus datos.

Formatos según el comportamiento

Existe una apuesta generalizada de las plataformas por los vídeos cortos verticales, debido principalmente a que el contenido se consume casi al 100% en móvil y debe ser mucho más rápido e impactante.



RRSS en 2025



Facebook continuará siendo relevante para un público mayor de 35 años, enfocado en eventos, grupos y contenido en vivo, especialmente en regiones fuera de los EEUU.



Las publicaciones de compras, la integración de AR y los vídeos cortos serán clave en Instagram para generar interacción y conversión directa.



A medida que evoluciona, TikTok se afianza como una plataforma para marcas de productos jóvenes, especialmente en moda, belleza y entretenimiento.

Los vídeos en formato corto seguirán siendo la tendencia predominante.



Especialización y segmentación de audiencias.

Tanto X como Meta Threads están enfocándose en construir comunidades más segmentadas.

X, con su fuerte enfoque en la actualidad y debate político, y Meta Threads alineándose más con un público que busca conversaciones informales, pero con un toque de exclusividad.



Enfocado principal en comunidades especializadas y hubs, integrando IA generativa para mejorar la creación de contenido y potenciar los contenidos en vivo, además de ofrecer más opciones de

monetización para creadores. YouTube está apostando por los directos para competir con Twitch, mientras que Instagram se enfoca en contenidos de valor para diferenciarse por la calidad.



Bluesky se perfila como una plataforma que impulsa la privacidad, personalización, comunidades especializadas y relaciones auténticas.

Se prevé que las marcas adapten sus estrategias a plataformas descentralizadas, promoviendo contenidos más segmentados y construyendo interacciones genuinas con sus audiencias.



Continuará su crecimiento en el ámbito de los deportes electrónicos y los contenidos en vivo, consolidándose como un lugar de encuentro para audiencias jóvenes que buscan entretenimiento interactivo.

Eventos

Eventos híbridos y Realidad Extendida (XR)

La combinación de experiencias presenciales y virtuales se consolidará, permitiendo a los asistentes participar desde cualquier ubicación. El uso de Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR) ofrecerá experiencias inmersivas, facilitando interacciones más profundas y atractivas.

Inteligencia Artificial (IA) para personalización y automatización

La IA permitirá personalizar contenidos y experiencias en tiempo real, adaptándose a las preferencias individuales de los asistentes. Además, automatizará tareas como la gestión de registros, análisis de feedback y comunicación post-evento, optimizando recursos y mejorando la eficiencia.

Gamificación para aumentar la participación

Incorporar elementos de juego en los eventos incentiva la participación activa de los asistentes. A través de aplicaciones móviles y plataformas interactivas, se podrán implementar desafíos, recompensas y tablas de clasificación en tiempo real, haciendo las experiencias más atractivas y dinámicas.

Sostenibilidad y eventos verdes

La conciencia ambiental llevará a la adopción de prácticas sostenibles en la organización de eventos. Se priorizará el uso de materiales ecológicos, reducción de residuos y la implementación de tecnologías que minimicen la huella de carbono, como aplicaciones móviles para agendas digitales y boletines electrónicos, eliminando la necesidad de papel.



Eventos

Análisis de datos y feedback en tiempo real

Las herramientas avanzadas de análisis permitirán recopilar y evaluar datos de los asistentes durante el evento, facilitando ajustes inmediatos y mejoras en la experiencia. El feedback en tiempo real ayudará a los organizadores a tomar decisiones informadas y a adaptar el contenido según las necesidades y preferencias de la audiencia.

Seguridad y privacidad de la información

Con el incremento de la digitalización, garantizar la seguridad de los datos personales de los asistentes será fundamental. Se implementarán medidas robustas de ciberseguridad y se cumplirán estrictamente las regulaciones de protección de datos para mantener la confianza y seguridad de los participantes.

Estas tendencias reflejan una evolución hacia eventos más interactivos, personalizados y sostenibles, donde la tecnología desempeña un papel central en la mejora de la experiencia de los asistentes y en la eficiencia de la gestión de eventos y PR.

GRACIAS

trescom