[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en 11529 el 28/08/2017

# [3 tendencias que cambiarán el futuro de la automatización del marketing](http://www.notasdeprensa.es)

## Actualmente, el marketing digital se reduce a una carrera en la que quién obtenga los primeros lugares en motores de búsqueda, genere mayor engagement y convierta sus leads más rápido ganará en el mercado. El software de automatización de marketing podría ser la diferencia entre ganar la medalla de oro o quedar de último, y la mejor noticia es que el futuro de esta tecnología especializada es prometedora para todos

El panorama tecnológico para la automatización del marketing ha crecido exponencialmente en los últimos seis años. De acuerdo a Scott Brinker - editor de Chief MarTech y conferencista en MarTech - en el 2011 existían tan solo 150 herramientas de automatización; en 2017 contamos con 5,000. La razón de este boom de desarrollo tecnológico se debe a los grandes beneficios que ofrecen estas herramientas a los departamentos de marketing. La operación se hace más eficiente; la inversión de recursos refleja rentabilidad; se disminuyen tiempos en procesos y se genera un aumento del engagement de los clientes. Como todo en la era digital, la automatización del marketing también se encuentra en constante evolución y tiene un futuro prometedor. A continuación, Convertia, agencia dedicada al performance marketing, enlista las 3 principales tendencias que marcarán su camino: Inteligencia en Voice Search y compra de mediosLa aplicación de la Inteligencia Artificial en marketing es bastante amplia y puede parecer más parte del hype tecnológico (casi inalcanzable para los presupuestos más modestos) y no una realidad. Sin embargo, en unos años su aplicación será bastante habitual y un must para todas las empresas. Un caso que ejemplifica perfectamente este escenario es el de los asistentes virtuales como Siri o Cortana. Gracias al incremento de las búsquedas de voz asistidas por estos bots inteligentes, las agencias y empresas deberán cambiar sus estrategias de SEO. Quien entienda y optimice para Voice Search podrá potenciar su búsqueda orgánica y aumentar el tráfico que provenga de este tipo de consultas. Otra área que en la que ya se está aplicando la IA, es en la compra programática de medios. El potencial a futuro es su mejora, pues permitirá mejorar el Brand Safety y asegurar que los medios en los que aparecerán los ads no comprometerán la reputación de una marca.Content marketingEl exceso de contenido es una problemática común en el mundo digital. Es tanta la oferta, que es difícil enfocarse en uno solo o digerirlo completamente. Las tendencias de automatización de marketing prevén que en un futuro se puedan personalizar fácilmente los contenidos y entregarlos en el momento correcto del buyer’s journey. La automatización de marketing, de la mano del Big Data, ayudará a identificar patrones y hacer comparaciones que permitan optimizar los contenidos. Por ejemplo, agrupar los resultados de campañas pasadas y medir un grupo demográfico específico y determinar dónde y cuándo se debe compartir el contenido de un público objetivo. Otro punto importante es que con el avance de estas herramientas ya no existirá preocupación en la distribución y los canales, ahora los expertos en marketing podrán centrarse en las historias que permitan construir la confianza y lealtad del consumidor. El content marketing basado en storytelling cobrará más importancia que nunca. Sentimientos predictivosEs fácil identificar lo que opina un solo cliente de una marca en la web, pero ¿cómo analizar miles de opiniones al mismo tiempo? La automatización del marketing, de la mano del Machine Learning, podrá interpretar grandes volúmenes de textos, contenidos, sitios y redes sociales, y finalmente determinar los sentimientos del público hacia una marca, producto o servicio. El procesamiento del lenguaje natural podrá traducir lo que realmente siente y piensa el consumidor. Será más que clasificar un comentario bueno y uno malo; es identificar la preocupación o la verdadera satisfacción. Esta tecnología pretende ir más allá y determinar la intención de compra, retener al usuario o buscar la recomendación gracias al análisis de sentimientos. La era digital provee a los mercadólogos de un “arma secreta” que los ayudará a aumentar el ROI, generar conversiones y destacarse de su competencia: la automatización del marketing. Convertia- Customer Intelligent Acquisition\*Convertimos oportunidades en ingresos combinando marketing tecnología y ventas. Garantizamos resultados y asumimos los riesgos.www.convertia.com

**Datos de contacto:**

Ana Valeria Villegas

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/3-tendencias-que-cambiaran-el-futuro-de-la](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing E-Commerce Software

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)