



**DINO**

## Empresas já veem as mídias sociais como a principal prioridade de marketing digital para 2018

O Marketing está em constante mudança e progresso. Quando o assunto é alcançar o consumidor, é a ferramenta mais assertiva e eficaz. Mas é importante estar atento as novas tendências do mercado e tirar proveito das novas oportunidades de marketing que estão surgindo, destacando-se entre a concorrência. O Marketing Digital, categoria do marketing que trabalha [...]

Por **Da Redação**

29 dez 2017, 12h46



O Marketing está em constante mudança e progresso. Quando o assunto é alcançar o consumidor, é a ferramenta mais assertiva e eficaz. Mas é importante estar atento as novas tendências do mercado e tirar proveito das novas oportunidades de marketing que estão surgindo, destacando-se entre a concorrência.

O Marketing Digital, categoria do marketing que trabalha as ações estratégicas aplicadas nos meios digitais (internet e tecnologias móveis), é uma importante ferramenta. Veja algumas tendências nesse setor para o próximo ano.

No Brasil, mesmo com os sérios problemas econômicos gerados pela crise, é um setor que já visa crescimento. Cada vez mais as empresas estão em busca de espaço na internet, seja como um canal de geração de leads ou vendas.

É cada vez mais visível o crescimento dos usuários da internet, destacando o recente crescimento dos acessos realizados via dispositivos móveis, colocando o marketing digital como uma necessidade para as empresas de todos os setores e tamanhos que visam gerar novos negócios e novas oportunidades. Empresas de pequeno e médio porte terão uma participação ainda maior no marketing digital, principalmente como uma forma de driblar a crise e superar as dificuldades.



A seguir, algumas das principais tendências do mercado online para o próximo ano:

#### 1. Marketing de conteúdo – a tendência continua em 2018

Como em 2017, o marketing de conteúdo continua sendo uma grande aposta para o próximo ano. Criar conteúdos que agreguem valor e tragam informações importantes e relevantes para quem lê, estabelece autoridade sobre o setor ou assunto abordado e gera confiança nos consumidores.

O Inbound Marketing permite a construção de um relacionamento com o seu público-alvo, possibilitando a conquista de clientes e fortalecimento da marca.

Ad

## 2. SEO – novos hábitos e tecnologias

As técnicas básicas de SEO não sofrem grandes mudanças para 2018. O que precisa ser levado em conta são os novos hábitos e tecnologias, interferindo na forma de aplicação em sites e lojas virtuais.

O SEO local, estratégia que visa outras alternativas de otimização para permitir que o usuário encontre uma solução perto do local onde se encontra, tendo acesso mais fácil ao serviço ou produto que pesquisa, será uma outra tendência. Com o crescimento do tráfego via dispositivos móveis, essa nova ferramenta deve ganhar mais relevância no próximo ano.

## 3. Links Patrocinados

A disputa entre as principais plataformas digitais para links patrocinados pode ganhar novos capítulos em 2018. Em 2017, o Ads ganhou mais espaço, gerando uma procura menor pelo Adwords.

Com isso, o Adwords recebeu investimentos em recursos mais sofisticados e segmentação cada vez mais detalhada e assertiva.

No Brasil, outra tendência será o aumento do CPC, custo por clique, no Adwords. Isso deve ocorrer em função do aumento de novos anunciantes e uma confiança de melhoria na economia do país. Com novas opções chegando ao mercado e por serem sistemas que funcionam como leilão, as palavras-chaves tendem a ser o centro dessa competição, gerando aumento nos preços para quem quer investir nessa ferramenta.

## 4. Influenciadores digitais

As plataformas digitais estão cada vez mais exigentes, aumentando gradativamente as normas e atualizações que inibem e bloqueiam conteúdos comerciais e anúncios. Com isso, os influenciadores digitais ganham ainda mais espaço em 2018, tornando-se importantes aliados na missão de encontrar um público qualificado e que realmente tenham interesse em determinados assuntos.

Um desafio é conseguir escolher o influenciador que melhor se adapte a determinada empresa. Com várias alternativas disponíveis, é necessária uma análise bem feita para que seja escolhido um perfil que melhor se adeque ao seu público.

Micro-influenciadores podem ter destaque no próximo ano e serão opções para muitas marcas de diversos setores.

## 5. Realidade Virtual

A realidade virtual é uma tecnologia de interface avançada entre um usuário e um sistema operacional. O objetivo dessa tecnologia é recriar a sensação de realidade para um indivíduo, levando-o a adotar essa interação como uma de suas realidades temporais.

Uma das principais funções dessa tendência, será auxiliar na tomada de decisão durante uma compra, pois a tecnologia permite uma melhor visualização de um produto ou serviço. A criação de gráficos interativos e vídeo em um site irão servir como um ponto de partida para a futura exploração em oportunidades da realidade do marketing digital.

## 6. Chatbots

Chatbot é um programa de computador que tenta simular um ser humano na conversação com as pessoas. Popularmente conhecidos como 'atendentes virtuais'.

Em pesquisa realizada durante a Social Media Week, 65% das pessoas vão começar a investir, ou continuar investindo, em chatbots no próximo ano. Essa tendência é um importante avanço na relação entre clientes, empresas e tecnologia.

Com a proposta de economia de tempo, para usuários e atendentes, o Chatbot proporciona informações relevantes de forma inteligente e sucinta. Também são capazes de satisfazer necessidades básicas de atendimento, melhorando a comunicação com os consumidores.

## 7. Mobile

Os dispositivos móveis têm tido crescimento constante no Brasil. O tráfego móvel já superou o tráfego via desktop, tendo aumento em número de usuários 5 vezes maior nos últimos 4 anos, segundo dados de pesquisa realizado pelo Google.

A tendência para 2018 é a preocupação cada vez maior das empresas em gerar conteúdo que engaje os usuários vindos do tráfego mobile. Segundo Igor Costa, diretor da empresa iZap ([www.izap.com.br](http://www.izap.com.br)), já é grande o número de empresas que procuram a iZap para desenvolver um site com layout responsivo. Sites responsivos

(<https://izap.com.br/posts/importancia-do-site-responsivo-para-empresas>) serão uma ferramenta cada vez mais essencial e necessária, gerando ao usuário experiências mais positivas e rápidas durante a navegação.

Existem diversas tendências que estão surgindo e ainda irão surgir em 2018. Esses foram alguns dos principais destaques, importantes para quem trabalha com estratégias de marketing digital. É fundamental ficar atento a essas tendências e também aquelas que ainda estão por vir. E investir tempo no planejamento e estudos, que são tendências que nunca saem da moda.



Copyright © Abril Mídia S A. Todos os direitos reservados.

[Política de Privacidade](#)

Powered by [WordPress.com](#) VIP