

**AUDIO & VIDEO ONLINE**

México tiene la tasa promedio más alta de consumo de Video online en Latinoamérica y para 2022, se proyecta que los podcasts llegarán a 32 millones de oyentes en México. En 2021 veremos cada vez más casos de interacciones de video integradas de forma natural en nuestra rutina diaria. La telemedicina y la compra de videos serán las dos áreas más populares.

**EXPERIENCIA MOBILE**

De acuerdo a los datos de la Asociación de Internet MX, en el 2020 un 91 por ciento de internautas mexicanos se conectaron desde su smartphone. La tendencia por la creación de super apps incrementa exponencialmente, el diseñar ecosistemas que cubren distintas necesidades para los usuarios sin necesidad de saltar de una app a otra se verá reforzada con estrategias de AI y la optimización cross plataforma que beneficiará a las marcas al darles acceso a una audiencia más amplia.

Finalmente t26 detecta que las principales oportunidades en innovación que tiene hoy ante sí la industria publicitaria y, en concreto, la digital son: la enorme aceleración en la visión y la inversión de las marcas hacia lo digital; la omnicanalidad se hace más relevante, las marcas tienen que estar en el momento adecuado para los consumidores y, finalmente, el concepto del funnel.

t26 es una consultora de marketing, ventas y estrategia digital que lleva más de 15 años desarrollando soluciones integradas de marketing digital. Sus 3 pilares fundamentales son *Business, Technology & Activation*. Con un claro foco en la activación de audiencias trabajan conjuntamente siguiendo su *framework Connect. Convert. Grow.* para garantizar y aumentar el *lifetime value* de los usuarios. Están presentes en España, LATAM, EE.UU. e Italia. ■



CORTESIA

# Innovación Digital: factor clave para las marcas

El 2020 fue un año desafiante para las empresas en múltiples aspectos.

Mientras algunas luchaban por mantenerse vigentes, otras exploraban las ventajas y oportunidades que surgían de las nuevas dinámicas sociales y empresariales. La innovación en situaciones de crisis surge prácticamente de manera natural, sin embargo en una compañía como t26 (consultora internacional de marketing, ventas y estrategia y pionera en el ecosistema digital desde hace más de 15 años) la innovación es un pilar fundamental e imprescindible en todo momento.

Para las compañías que ofrecen servicios digitales, la demanda aumentó a medida que las organizaciones se

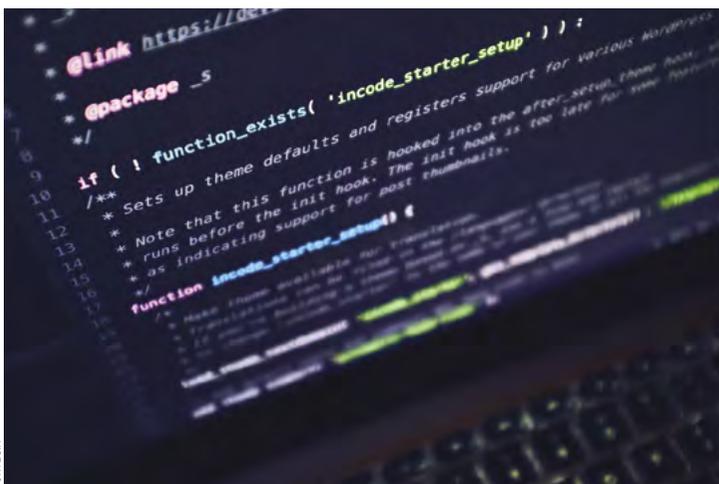
vieron obligadas a implementar una primera estrategia digital o a robustecer las acciones que ya tenían diseñadas. Algunas empresas tuvieron que implementar nuevos canales de ventas rápidamente, lo que significa que los requisitos para desarrollar estrategias o migraciones al entorno digital en semanas, en lugar de meses, se convirtieron en la norma. Además, a medida que el país se adaptó, aquellos que fueron los primeros en reconocer los beneficios que el ecosistema digital podía ofrecer, también fueron aquellos que buscaron innovar para obtener aún más valor y mayor eficiencia de la tecnología.

Justo es aquí en donde t26 vio la oportunidad de ratificar su concepto de innovación, en donde no sólo es lanzar productos y servicios por el simple hecho de sumarse a una tendencia, sino de generar productos tangibles que puedan ser aprovechados para beneficio del negocio de sus clientes.

En t26 la innovación se centra en tres distintos ejes: conseguir ser imprescindibles para las marcas, llevar la innovación a términos prácticos y generar resultados de negocio para los clientes. En ese contexto desde t26 se observan 3 grandes tendencias de innovación:

**ASISTENTES DE VOZ**

Se prevé que para 2023 se usarán 8,000 millones de asistentes de voz digitales, un crecimiento notable de los 2,500 que se tasaron en 2018. Estos datos proyectan buenas oportunidades para las estrategias de marketing basadas en la voz, lo que permitirá llevar experiencias conversacionales a diferentes entornos de uso como el hogar, IoT, coche, smartphone y espacio de trabajo.



CORTESIA