



# Informe de tendencias clave de redes sociales: afina tu estrategia digital para 2025

HubSpot





# ¿Listo para elevar tu estrategia de marketing en redes sociales?

Este informe de tendencias te proporciona información valiosa y actualizada para potenciar tus esfuerzos. Descubre insights y consejos prácticos que te permitirán adaptarte a los cambios del mercado y conectar de manera más efectiva con tu audiencia.





# Contenido

## Introducción

### **Tendencia en redes sociales #1**

Las redes sociales como motores de búsqueda.

### **Tendencia en redes sociales #2**

Contenido, generado y automatizado con inteligencia artificial.

### **Tendencia en redes sociales #3**

Los videos cortos siguen ofreciendo ROI y engagement.

### **Tendencia en redes sociales #4**

Lo que le gusta a las audiencias: contenido auténtico y narrativo que muestre los valores de la marca.

### **Tendencia en redes sociales #5**

Contenido generado por usuarios.

### **Tendencia en redes sociales #6**

TikTok continúa siendo una plataforma revolucionaria en Latinoamérica.

### **Tendencia en redes sociales #7**

Comercio Social (Social commerce).

# Introducción

**En HubSpot creemos que lanzar un informe de tendencias en redes sociales para el primer semestre de 2025 es crucial para que marcas y empresas se mantengan competitivas y relevantes.**

En el primer semestre de este año, hemos visto un aumento del **16 % en usuarios de TikTok en Latinoamérica, un 75.7 % de los especialistas en marketing utilizan IA regularmente para optimizar sus campañas, y el 82 % de los marketers están enfocándose en crear contenido auténtico y narrativo.** Además, una de las estrategias más efectivas para que las marcas amplíen su alcance en redes sociales sigue siendo la creación de contenido de marketing en video de formato corto en plataformas como TikTok y YouTube Shorts.

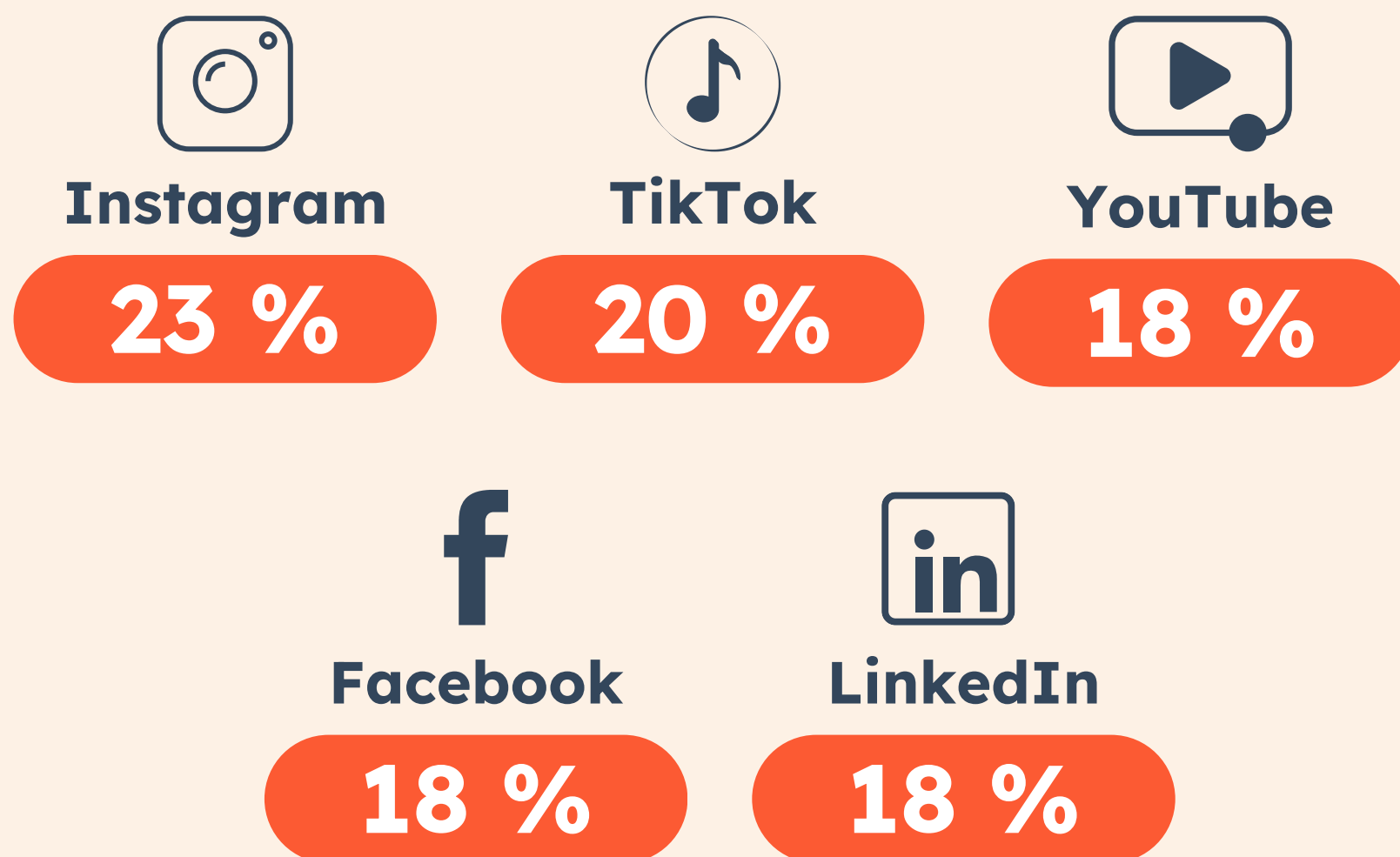
Esto en especial le permite a las marcas:

- 1** Ajustar sus estrategias con información actualizada, optimizando su presencia en plataformas clave como TikTok, YouTube y Facebook.
- 2** Además, prepararse para eventos cruciales como el Black Friday y la temporada navideña es esencial para aprovechar al máximo estas oportunidades de venta.

También ayudará a las empresas a entender y adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores, garantizando campañas efectivas y personalizadas que resuenen con las audiencias actuales.

En un entorno digital que está en constante evolución, mantenerse informado y ágil es la clave para asegurar el éxito y la visibilidad de la marca.

## Plataformas que siguen ofreciendo la mayor oportunidad para que las marcas crezcan su audiencia en lo que resta del año



Fuente: [HubSpot](#).

## Mejores momentos para publicar en redes sociales por canal



Fuente: [Sprout Social](#)



Tendencia en redes sociales **#1**

# Las redes sociales como motores de búsqueda

Las redes sociales están evolucionando y se están convirtiendo en herramientas de búsqueda cada vez más importantes. Los usuarios ahora recurren a plataformas como Instagram, TikTok y Pinterest no solo para entretenimiento, sino también para buscar productos, servicios e inspiración.

Esto ha llevado a las marcas a optimizar su contenido y perfiles para ser fácilmente encontrados en estas plataformas, utilizando hashtags relevantes, descripciones detalladas y contenido visual atractivo.



# Estadísticas clave de esta tendencia

**21 %** de los consumidores prefieren usar redes sociales para encontrar respuestas a lo que están buscando.

Fuente: [HubSpot](#).

**86 %** de los especialistas en marketing consideran que la búsqueda en redes sociales es fundamental para su estrategia global.

Fuente: [HubSpot](#).

Globalmente, un **30% de los jóvenes de la generación Z** usan TikTok al menos 3 horas al día, lo que abre una ventana de oportunidades para el marketing.

Fuente: [Bloomberg línea](#).

**70 % de los consumidores** recurren a la plataforma para realizar su próxima compra, lo que significa que es el lugar al que acuden para encontrar inspiración y descubrir nuevos productos.

Fuente: [Sprout Social](#).

**El proceso de investigación de marcas y descubrimiento de productos ahora está estrechamente ligado a las reseñas de influencers, videos de marcas, y qué producto es el más buscado y fácil de comprar.**

# Recorrido de descubrimiento de un consumidor hoy en día en redes sociales



- 1 Buscar un problema o saltar directamente a la solución, como "fuente de agua para gatos".
- 2 Ver reseñas o videos instructivos sobre el producto o herramienta.
- 3 Hacer una compra directamente desde TikTok, Instagram o Facebook.

## Insights para llevar a la práctica esta tendencia

- ✓ La optimización para motores de búsqueda se vuelve crucial para las marcas que buscan aparecer en los primeros resultados.
- ✓ Conoce con cuáles términos o frases buscan tus productos o servicios para que te encuentren antes que a tu competencia.
- ✓ Asegúrate de saber lo que tu audiencia está buscando, que la experiencia de compra digital sea fluida para los clientes potenciales y que la reputación de tu marca hable por sí misma.
- ✓ Implementa palabras clave y hashtags relevantes en tus publicaciones.

# Y hablando un poco de SEO, ¿qué trajo de nuevo el Core Update de Google completado el 3 de septiembre de 2024?


El core update de agosto del 2024 es una actualización creada para consolidar el trabajo de Google en mejorar la pertinencia y calidad de los resultados en el buscador. Como Google ha anunciado en varias ocasiones, su objetivo principal es mostrar resultados y contenido útil para el usuario.

Adicionalmente, esta actualización traspasa un update común, ya que desde el helpful content update del 2023, Google viene tomando en cuenta los comentarios y opiniones de creadores de contenidos en esta nueva etapa de lo que el buscador consideraría “contenido útil”.

Esto tiene una relación clara con EEAT y YMYL, especialmente por los temas que requieren un alto nivel de experticia, lo cual garantiza o al menos aumenta la relevancia del contenido.

## ¿Esto qué significa?

- 1 Originalidad y utilidad:** Google ha puesto énfasis en la personalización del contenido, de forma que pueda responder de manera genuina a las necesidades del usuario. Y esto lo ha hecho a partir de la consulta con creadores de contenido, según ha indicado el pasado 15 de agosto
- 2 Mayor visibilidad para creadores de contenido pequeños:** este core update de agosto permitirá —o al menos se espera— que pequeños creadores de contenido original mejoren su visibilidad.



**3 Personalización y experticia:** además de la propia publicación del contenido, Google ha mencionado que la experticia y la autoridad de sitios webs y blogs ha sido parte fundamental para el update, es decir, no se trata solamente del contenido de grandes sitios sino de personas que conocen muy bien sobre sus temas.

---

**4 Consecución de backlinks temáticos y contextuales:** sirve de poco conseguir enlaces desde webs que nada tienen que ver con nuestro nicho o que realmente no aportan semánticamente un valor o relación directa. Parte del ejercicio de linkbuilding es que sea natural y contextual.

"Como siempre, nuestro objetivo es conectar a las personas con una variedad de sitios de alta calidad, incluidos sitios pequeños o independientes que crean contenido útil y original, cuando es relevante para las búsquedas de los usuarios". Fuente: [Google](#)

**Diseña páginas web optimizadas para motores de búsqueda en cuestión de minutos.  
Sin código y gratis.**

**[¡Comienza ahora!](#)**





Tendencia en redes sociales **#2**

# Contenido, generado y automatizado con inteligencia artificial

La inteligencia artificial (IA) está revolucionando la creación y distribución de contenido en las redes sociales. Herramientas impulsadas por IA permiten generar textos, imágenes y videos de manera más eficiente y personalizada.

La automatización facilita la programación y publicación de contenido, así como el análisis de datos para ajustar estrategias en tiempo real. Esto permite a las marcas mantener una presencia constante y relevante en las plataformas sociales.

## Estadísticas clave de esta tendencia.

**64 % de las empresas cree que los chatbots les permitirán ofrecer una experiencia de soporte más personalizada a sus clientes, lo que subraya la importancia de la IA en la atención al cliente y la creación de contenido automatizado.**

Fuente: [Wpbeginner](#)

**La IA generativa, como la GPT-4, ha transformado las estrategias del 42,2 % de especialistas en marketing encuestados, redefiniendo la forma en que se crea el contenido, se gestionan las campañas y se personalizan las interacciones con los clientes.**

Fuente: [InfluencerMarketingHub](#).

**75.7 % de profesionales en marketing utilizan herramientas de inteligencia artificial para su trabajo.**

Fuente: [Authority Hacker](#).

**Cerca del 20 % de los profesionales de marketing han destinado más del 40 % de su presupuesto a campañas basadas en IA, lo que refleja una apuesta fuerte por estas tecnologías.** Fuente: [InfluencerMarketingHub](#).

**El 90 % de los especialistas en marketing se sienten confiados en su capacidad para aprender y adaptarse a nuevas herramientas y tecnologías de AI.**

Fuente: [Authority Hacker](#).

# Las formas más populares en las que los marketers de redes sociales están usando IA generativa son:

- 1 Obtener ideas e inspiración.
- 2 Escribir textos.
- 3 Reutilizar contenido adaptándolo a diferentes audiencias, formatos y tonos.
- 4 Crear videos o imágenes.
- 5 Realizar optimizaciones para motores de búsqueda.
- 6 Mejorar la atención al cliente.
- 7 Investigar audiencias

## Principales Plataformas de IA en 2024



OpenAI  
(ChatGPT)



Jasper.ai



AdCreative.ai



Flick



6Sense  
Revenue AI



# Insights para llevar a la práctica esta tendencia

- ✓ **Utiliza la IA para identificar palabras clave de alto rendimiento** y optimizar tanto tus publicaciones de blog como de redes sociales. Por ejemplo, las palabras clave que funcionan bien en tus blogs pueden ser reutilizadas en tus publicaciones de Instagram o Twitter para mejorar el alcance orgánico.
- ✓ **Utiliza herramientas de IA como Jasper.ai o ChatGPT** para automatizar la creación de artículos de blog, publicaciones en redes sociales y correos electrónicos. Esto no solo ahorra tiempo, sino que también asegura consistencia en el tono y estilo del contenido a través de diferentes canales.
- ✓ **Aprovecha las herramientas de IA para analizar grandes volúmenes de datos** y obtener insights valiosos sobre el rendimiento del contenido y el comportamiento del usuario. Esta información puede ser utilizada para ajustar tus estrategias tanto en el sitio web como en las redes sociales.
- ✓ **Configura un chatbot en tu sitio web que pueda responder preguntas frecuentes** y redirigir consultas complejas a un representante humano. Promueve este chatbot a través de tus redes sociales para mejorar la atención al cliente en todos los canales.
- ✓ **De un artículo de blog extenso, puedes extraer múltiples publicaciones para redes sociales.** Por ejemplo, un blog acerca de una tendencia de la industria puede convertirse en una serie de tweets, una publicación en LinkedIn y un video corto de Instagram.
- ✓ **Utiliza herramientas de IA como DALL-E para generar imágenes y videos atractivos** para tus publicaciones en redes sociales. Estos recursos visuales pueden también ser incorporados en tus blogs para mejorar el engagement.

Descubre Breeze, nuestra solución completa de IA para equipos de marketing, ventas y servicios al cliente.

[¡Comienza ahora!](#)



Tendencia en redes sociales

#3

# Los videos cortos siguen ofreciendo ROI y engagement

Los videos cortos continúan siendo una tendencia dominante en las redes sociales debido a su capacidad para captar la atención rápidamente y fomentar la interacción. Plataformas como TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts han demostrado ser efectivas en términos de retorno de inversión (ROI) y engagement.

Las marcas están aprovechando estos formatos para crear contenido creativo y memorable que resuene con sus audiencias y genere resultados positivos.

**El video de formato corto se presta a aprovechar las tendencias y apunta a un objetivo de engagement, no de ventas o ingresos.**



## Estadísticas clave de esta tendencia.

**La preferencia de los usuarios se inclina hacia el contenido de video, especialmente aquellos de duración breve.**

Fuente: [Whataform](#).

**Los videos de formato corto ofrecen a los especialistas en marketing el mayor retorno de la inversión de cualquier estrategia de marketing en redes sociales, y los videos de 30 a 60 minutos son los que tienen más éxito**

Fuente: [Sprout Social](#)

**87 % de los profesionales del marketing afirman que el marketing de vídeo ha incrementado directamente las ventas.**

Fuente: [Sprout Social](#)

**90 % de los profesionales del marketing aseguran que el video marketing les ha dado un buen retorno sobre la inversión.**

Fuente: [Wyzowl.com](#).

# Insights para llevar a la práctica esta tendencia



- ✓ **Súbete rápidamente a tendencias** que sean pertinentes para tu marca y tu audiencia.
- ✓ **Ajusta el formato y el mensaje para que sean adecuados** para cada red social específica.
- ✓ **Asegúrate de que el contenido resuene auténticamente con tu audiencia**, evitando parecer forzado o desconectado del contexto del canal.
- ✓ **Añade subtítulos para las personas que ven los videos sin audio** o que tienen alguna discapacidad auditiva.
- ✓ **Mantén un formato vertical** que se adapta a la pantalla de los móviles.

Según el reporte de tendencias en redes sociales de Hootsuite para 2024, aunque los videos cortos seguirán dominando las redes sociales en lo que resta del año, ¡prepárate! Porque: **“los videos más largos están a punto de volver a estar de moda (...) videos de una duración de entre dos y cinco minutos, en lugar de menos de un minuto”**.

# Dónde usar diferentes tipos de contenido de video en redes sociales:

- 1** Tutoriales: 3-5 minutos en YouTube.
- 2** Reseñas de productos: 1 minuto en Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts.
- 3** Reutilizar contenido adaptándolo a diferentes audiencias, formatos y tonos.
- 4** Anuncios de productos: Menos de 1 minuto en Instagram, Facebook, YouTube ads.
- 5** Videos detrás de cámaras: 1-3 minutos en Instagram Reels, TikTok.
- 6** Webinars o paneles en vivo: 30+ minutos en YouTube, LinkedIn Live.
- 7** Clips de eventos o podcast: 1-3 minutos en Instagram Reels, TikTok, LinkedIn, YouTube Shorts.

Capitaliza oportunidades para tu empresa con el uso de estrategias de video en marketing, te enseñamos cómo.

[¡Descarga gratis!](#)



Tendencia en redes sociales **#4**

# Lo que le gusta a las audiencias: contenido auténtico y narrativo que muestre los valores de la marca

Los usuarios valoran cada vez más la autenticidad y la capacidad de relacionarse con las marcas. El contenido que refleja sus valores y personalidad, así como historias reales y detrás de escenas, tiende a generar una mayor conexión emocional con la audiencia.

**Mostrar transparencia y vulnerabilidad ayuda a construir confianza y lealtad, lo cual es crucial en un entorno competitivo.**

En un entorno saturado de mensajes, la autenticidad, originalidad y calidad siguen siendo fundamentales.

## Estadísticas clave de esta tendencia.

**“La Generación Z está cansada de la perfección y la impecabilidad diseñadas. En cambio, desea una experiencia en línea más honesta y significativa”.**

Fuente: [Marketingmag](#).

**El 70 % de los consumidores se sienten más conectados con una marca cuando su CEO está activo en las plataformas sociales.**

Fuente: [Learn.g2](#).

**“Generar más compromiso, llegar a nuevas audiencias y fortalecer la comunidad son los tres principales objetivos de marketing al trabajar con creadores de contenido”.**

Fuente: [Sprout Social](#).

**Más del 40 % de los especialistas en marketing ya comparten contenido divertido, moderno y con el que sus audiencias pueden identificarse.**

Fuente: [HubSpot](#).

# Insights para llevar a la práctica esta tendencia

- ✓ Para crecer como una marca querida, abre un diálogo con tu audiencia y establece directrices claras, pero flexibles para tu equipo de redes sociales para mostrar la personalidad de tu marca mientras mantienes una reputación confiable.
- ✓ Desarrolla un manual de estilo y guías de contenido que reflejen los valores de tu marca. Capacita a tu equipo en estos valores para que estén alineados en cada pieza de contenido que crean.
- ✓ Utiliza historias auténticas y experiencias reales de tus clientes o empleados para crear contenido. Las historias personales resuenan más con las audiencias y ayudan a construir una conexión emocional.
- ✓ Comparte detrás de cámaras de tu empresa, incluyendo cómo se fabrican tus productos, quiénes son los miembros del equipo y cómo trabajas para mejorar continuamente.
- ✓ Realiza sesiones de preguntas y respuestas en vivo en plataformas como Instagram o Facebook, y responde activamente a las preguntas y comentarios de tus seguidores. Esto muestra que te importa lo que piensan y sientes tu audiencia.

**Aprende con nosotros consejos y trucos para producir y promocionar contenido propio que genere mayor difusión.**

**[¡Descarga gratis!](#)**



Tendencia en redes sociales **#5**

# Contenido generado por usuarios (UGC)

El contenido generado por los usuarios (UGC, por sus siglas en inglés) se ha convertido en un componente clave en las estrategias de marketing en redes sociales.

Las reseñas, fotos, videos y testimonios creados por los clientes no solo aumentan la credibilidad y autenticidad de la marca, sino que también fomentan la participación de la comunidad. Las marcas están incentivando a sus seguidores a compartir sus experiencias, creando así un ciclo de contenido auténtico y confiable.

**El UGC no solo enriquece la variedad de contenido, sino que también sirve como testimonio genuino del valor de la marca. Fuente: Rodanet.**



## Estadísticas clave de esta tendencia.

**El contenido generado por los usuarios aumenta en un 73 % los comentarios positivos en las redes sociales en comparación con los anuncios tradicionales.**

Fuente: [Rolando Carrazco](#).

**80 % de las personas afirman que el contenido generado por usuarios tiene un gran impacto en sus decisiones de compra.**

Fuente: [HubSpot](#).

**El 90 % de los consumidores dicen que el UGC influye más en sus decisiones de compra que los correos promocionales y los resultados de los motores de búsqueda.**

Fuente: [Rolando Carrazco](#).

**75 % de los especialistas en marketing afirma que son conscientes de que el UGC hace que el contenido de marca sea más auténtico.**

Fuente: [The King of Content agency](#).

# Insights para llevar a la práctica esta tendencia



- ✓ Crea un hashtag único y fácil de recordar relacionado con tu campaña o producto. Promociona este hashtag en todas tus plataformas de redes sociales, en tu sitio web y a través de correos electrónicos.
- ✓ Publica regularmente UGC en tus feeds de redes sociales. Crea una sección destacada en tu sitio web donde muestres el contenido generado por los usuarios.
- ✓ Agradece y etiqueta a los creadores de contenido para fomentar una comunidad activa y leal.
- ✓ Realiza concursos donde los participantes deban crear y compartir contenido usando tu producto o servicio para tener la oportunidad de ganar premios
- ✓ Recluta embajadores que sean apasionados por tu marca y ofréceles incentivos como productos gratuitos, descuentos exclusivos y reconocimiento en tus canales de redes sociales.
- ✓ Envía correos electrónicos de seguimiento después de una compra pidiendo a los clientes que dejen una reseña. Comparte las mejores reseñas y testimonios en tus redes sociales y sitio web.

El contenido generado por influencers y nanoinfluencers puede ser considerado una forma de UGC porque comparte algunas de las características y beneficios, como la autenticidad y la capacidad de influir en otros consumidores. Sin embargo, también hay diferencias clave, especialmente en términos de profesionalidad y compensación, que los distinguen del tradicional.

Las marcas pueden aprovechar tanto la generación de contenido espontáneo como el contenido estratégico de influencers para crear una presencia en redes sociales auténtica y efectiva.



**10,000 - millones de seguidores.**

**Influencers:** son individuos con una gran audiencia en redes sociales que tienen la capacidad de influir en las decisiones de compra de sus seguidores debido a su conocimiento, autoridad y relación con su audiencia. Tienen entre 10,000 y millones de seguidores.

**1,000 a 10,000 seguidores.**

**Nanoinfluencers:** tienen un número más reducido de seguidores, generalmente entre 1,000 y 10,000, pero tienden a tener una audiencia muy comprometida y de nicho. Son percibidos como más accesibles y auténticos.

---

**Aprende a crear la propuesta perfecta para poner en marcha tu estrategia de marketing de influencers.**

**[¡Descarga gratis!](#)**



Tendencia en redes sociales **#6**

# TikTok continúa siendo una plataforma revolucionaria en Latinoamérica

TikTok sigue creciendo rápidamente en Latinoamérica, consolidándose como una plataforma revolucionaria en la región. Su formato de video corto y su algoritmo de recomendación altamente efectivo permiten a los usuarios descubrir y consumir contenido de manera continua.

Las marcas en Latinoamérica están adoptando TikTok para llegar a una audiencia joven y diversa, utilizando desafíos virales, colaboraciones con influencers y contenido creativo para captar la atención y construir una base de seguidores leales.

TikTok ha revolucionado el tipo de contenido que los usuarios desean ver: información inmediata, innovadora y en el menor tiempo posible.

## Estadísticas clave de esta tendencia.

**TikTok tiene 1.280 millones de usuarios activos al mes, siendo Brasil y México los países en Latinoamérica con mayor número de usuarios activos.**

Fuente: Doofinder.

**El 36.7 % de los usuarios de TikTok tienen entre 18 y 24 años y representan la mayor parte de la audiencia publicitaria.**

Fuente: Sprout Social.

**“El contenido orgánico en TikTok tiene el poder de moldear el consumo en América Latina, con grandes implicaciones para las marcas”.**

Fuente: Euromonitor.

**El tiempo de uso de la aplicación alcanza los más de 39 minutos al día.**

Fuente: Doofinder.

# Insights para llevar a la práctica esta tendencia



- ✓ Crea videos que enseñen algo nuevo a tu audiencia, como tutoriales, consejos prácticos o información interesante sobre tu industria. Combina elementos de entretenimiento y educación para mantener el interés y la participación de los usuarios.
- ✓ Investiga las tendencias y desafíos actuales en TikTok y participa en aquellos que sean relevantes para tu marca. Utiliza hashtags populares y específicos de tu industria para aumentar el alcance de tus videos.
- ✓ Produce videos que muestren el día a día de tu empresa, el proceso de fabricación de tus productos o historias de clientes satisfechos. Mantén un tono casual y auténtico para conectar mejor con la audiencia.
- ✓ Identifica influencers que se alineen con los valores y la estética de tu marca. Colabora con ellos para crear contenido que promocióne tus productos o servicios de manera auténtica y atractiva. Asegúrate de que las colaboraciones parezcan naturales y no demasiado promocionales.
- ✓ Utiliza TikTok Ads para promocionar tus videos más importantes. Experimenta con diferentes formatos de anuncios, como In-Feed Ads, Branded Hashtag Challenges y Branded Effects, para ver cuáles funcionan mejor para tu marca.



- ✓ Establece un calendario de publicación y trata de subir contenido al menos 2-3 veces por semana. Mantén una temática coherente y un estilo visual que sea reconocible para tu audiencia.
- ✓ Dedica tiempo a interactuar con los seguidores que comentan en tus videos.

**TikTok ha logrado posicionarse como una de las redes sociales con mayor número de usuarios activos en todo el mundo, sobre todo en regiones como Asia y América, con una presencia destacada en países como Indonesia, Estados Unidos y Brasil.**

---

**Comienza a generar leads en TikTok gracias a los consejos que te damos en nuestra guía gratuita.**

**[¡Obtenla gratis!](#)**



Tendencia en redes sociales

#7

# Comercio Social (Social Commerce)

Esta tendencia implica la compra y venta de productos directamente a través de plataformas de redes sociales, eliminando la necesidad de que los usuarios abandonen la plataforma para completar una transacción.



# Estadísticas clave de esta tendencia.

**Para 2025, se estima que alrededor del 37 % de los estadounidenses habrán realizado una compra a través de las redes sociales.**

Fuente: [Shopify](#).

**26 % de usuarios de Internet entre 16 y 64 años reveló que uno de sus principales motivos para utilizar las redes sociales era para encontrar productos que pudieran comprar.**

Fuente: [Influencer Marketing Hub](#).

**Una cuarta parte de los especialistas en marketing actualmente están aprovechando la estrategia de vender productos directamente a través de aplicaciones de redes sociales.**

Fuente: [HubSpot](#).

**1 de cada 3 consumidores utiliza las redes sociales para descubrir nuevos artículos y marcas.**

Fuente: [Porch Group Media](#)

**Los marketers creen que Instagram, TikTok, Facebook y YouTube ofrecen el mayor ROI para la venta en redes sociales y las mejores herramientas de segmentación de audiencia, pero están navegando las preocupaciones de los consumidores en torno a la confianza y necesitan construir relaciones sólidas con sus clientes y seguidores en redes sociales.**

Fuente: [HubSpot](#).

# 5 Razones por las que el comercio social es relevante



- 1** Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok han desarrollado funcionalidades específicas para el comercio social, como tiendas integradas, enlaces de compra directa y opciones de pago dentro de la plataforma.
- 2** Los consumidores se sienten más cómodos comprando a través de plataformas de redes sociales en las que ya interactúan regularmente y ven recomendaciones de influencers y amigos.
- 3** La capacidad de comprar productos sin salir de la plataforma mejora la experiencia del usuario, reduciendo la fricción en el proceso de compra.
- 4** Las colaboraciones con influencers se integran de manera efectiva con el comercio social, ya que los influencers pueden promocionar productos y los seguidores pueden comprar directamente a través de publicaciones e historias.
- 5** Las redes sociales pueden utilizar datos de usuario para personalizar ofertas y recomendaciones, lo que aumenta la probabilidad de conversión.

**El comercio social es una tendencia clave que complementa y potencia otras tendencias mencionadas, como el contenido generado por usuarios y el marketing de influencers, creando un ecosistema robusto y eficiente para el marketing y las ventas en redes sociales.**



# Insights para llevar a la práctica esta tendencia

- ✓ Asegúrate de etiquetar productos en publicaciones y videos. Esto no solo aumenta la visibilidad de los productos, sino que también simplifica la experiencia de compra para el consumidor.
- ✓ Dado que una gran parte del comercio social se realiza en dispositivos móviles, es crucial que las tiendas en línea estén optimizadas para móviles. Esto incluye tener tiempos de carga rápidos, una navegación sencilla y un proceso de pago eficiente.
- ✓ Utiliza anuncios de retargeting para alcanzar a usuarios que ya han mostrado interés en tus productos. Plataformas como Facebook e Instagram ofrecen opciones avanzadas de retargeting que pueden aumentar significativamente las tasas de conversión.
- ✓ Es esencial medir el rendimiento de las estrategias de comercio social a través de métricas como el engagement, el tráfico dirigido a la tienda y las tasas de conversión. Utiliza herramientas de análisis para ajustar y optimizar continuamente tus tácticas con base en los datos recopilados.

**Descubre aquí todos los elementos necesarios para crear tu tienda electrónica desde cero e impulsar tus ventas.**

[\*\*Descarga gratis\*\*](#)



HubSpot