

## Predicciones para los Social Media en 2010

Marc Cortés, profesor de Profesor Marketing Electrónico (ESADE), ha coordinado por segundo año consecutivo un conjunto de opiniones de expertos sobre el desarrollo de los Social Media en 2010:

- Se generalizará la figura del *community manager* en organizaciones y empresas, pero sus funciones estarán más cercanas a las relaciones públicas en internet, que a la implementación de acciones de e-marketing y de generación de verdadera conversación con los clientes.
- El salto de internet al móvil. Ubicuidad y facilidad de acceso. Cada vez más aplicaciones, exclusivas o no para móviles, nuevos dispositivos. La opción de pagos por móvil irá ganando popularidad. Acceso a las redes sociales.
- Geolocalización, realidad aumentada y redes personales y profesionales para liberarnos del exceso de información y ayudarnos a acceder a lo relevante de modo fácil.
- La nube irá ganando terreno.
- Integración en las blogs de las redes sociales como sistema de comentarios.
- Estandarización de los sistemas de medición de audiencias. Accesibilidad de los servicios para monitorizar los social media. El ROI como prioridad. Diferenciación entre la investigación online y la monitorización, y entre lo cualitativo y lo cuantitativo.
- Dificultades para los medios que implementen sistemas de pago.
- Dificultad para consolidar nuevas redes sociales.
- La Gestión Única de la Identidad: más servicios basados en la interacción de los sistemas de identificación del usuario independientemente de la plataforma que se esté utilizando.
- Extensión de los buzones de reclamación en los medios sociales para denunciar el uso indebido del nombre o la marca.
- Los medios sociales se moverán hacia la agregación de contenidos en diferentes plataformas desde un mismo gestor, la integración de las herramientas de edición en los dispositivos móviles y la publicación de contenidos multimedia de forma preferente.
- La incorporación de métricas sociales por parte de los grandes de la analítica web y aparición de nuevos servicios orientados a la métrica social.

- Ante el continuo crecimiento en las listas de agregados, las redes sociales facilitarán la desvinculación de contactos/ filtrado de mensajes.
- Servicios avanzados de minería sobre la actividad en redes sociales: Explotación comercial de la información sobre la información.
- Importancia de la Reputación Online.
- Dejaremos de hablar de 2.0 y será el momento en que las empresas empezarán a preguntar por él.
- 2010 será el año de la definición del estándar de identidad digital y del inicio de la concienciación de la importancia de la privacidad de los usuarios.
- La última temporada de Lost será el tipping point para que muchas empresas entiendan la importancia de integrar TV, Internet & social media.
- Publicidad en redes sociales, disminuyendo la conversación y el intercambio de ideas. Auge de la publicidad en foros a priori destinados al intercambio de ideas.
- Durante el próximo año se irán perfilando las métricas útiles en el ámbito de las redes sociales y las comunidades, tras haber verificado durante el 2009 que la capacidad de impacto y la relevancia no es un factor exclusivo del número de followers o de fans que tenga una iniciativa o una marca.

Para más información:

<http://www.interactividad.org/wp-content/uploads/2009/12/24431112-Social-Media-Predictions-2010.pdf>