

Marketing 6.0 y su impacto en la publicidad actual

Texto: Andres Mauricio Sánchez Noreña

El rápido avance de la tecnología, junto con una creciente preocupación por cuestiones sociales, medioambientales y éticas, ha dado paso al Marketing 6.0. Este enfoque innovador redefine las estrategias publicitarias contemporáneas, desafiando a las marcas y publicistas a crear conexiones más profundas y significativas con sus audiencias. En este artículo, se explora el impacto de esta tendencia en la publicidad actual y cómo las estrategias deben adaptarse para responder a un consumidor cada vez más consciente y exigente.



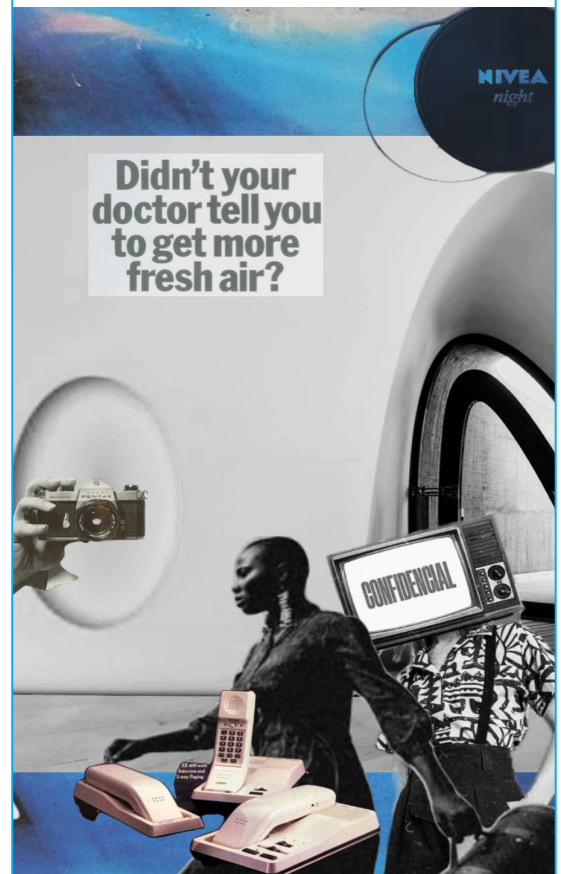
De la Evolución al Despertar de la Conciencia Publicitaria

El marketing ha evolucionado desde un enfoque centrado en el producto (1.0), hasta centrarse en el cliente (2.0), luego en el ser humano emocional (3.0), la era digital (4.0) y, posteriormente, en un marketing apoyado en tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (5.0) (Kotler et al, 2021). En la actualidad, el Marketing 6.0 se centra en valores humanos, inclusividad y sostenibilidad, buscando no solo satisfacer necesidades, sino también generar un impacto positivo en la sociedad.

Este nuevo enfoque reconoce la urgencia de integrar la conciencia social y medioambiental en el núcleo de la estrategia de marca. A diferencia de etapas anteriores, el consumidor contemporáneo espera que las marcas adopten posturas claras sobre temas como el cambio climático, la equidad de género y la justicia social.

Esto exige que las organizaciones rediseñen sus propósitos, misiones y visiones corporativas, y que las implementen de manera coherente en todas sus acciones publicitarias.

Según Ghani et al. (2023), el marketing actual demanda una auténtica responsabilidad corporativa y narrativas que conecten genuinamente con los valores de las audiencias. Por tanto, la publicidad deja de ser una mera herramienta de persuasión para convertirse en un catalizador de cambio positivo.



Fuentes:

* Accenture (2022), Deloitte (2023), Kotler et al. (2021), PWC – VR & AR Impact Report, Ghani et al., Journal of Marketing Development

IMPACTO EN LAS ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1. Propósito Auténtico como Eje Creativo

En la actualidad, las campañas publicitarias que no cuentan con un propósito genuino tienden a ser rechazadas. La inclusión de mensajes relacionados con la sostenibilidad, la diversidad, la equidad y la inclusión ya no es opcional; es una exigencia del mercado. Para alcanzar este propósito auténtico, las marcas deben desarrollar estrategias de comunicación integradas, donde el storytelling sea capaz de inspirar y motivar cambios reales.

2. Tecnología al Servicio de la Humanidad

Herramientas como el *Big Data*, el *Machine Learning* y la Inteligencia Artificial han transformado la manera en que las marcas comprenden y se relacionan con sus audiencias. Sin embargo, desde la perspectiva del Marketing 6.0, el enfoque está en utilizar esta tecnología de manera ética, para construir relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo (Deloitte, 2023).

3. Publicidad Multisensorial, Inmersiva y Experiencial

La tecnología ha permitido desarrollar experiencias publicitarias inmersivas mediante realidad aumentada, realidad virtual y el metaverso. Estas herramientas permiten a los consumidores interactuar con los productos de forma multisensorial. Ejemplos como "Nikeland" de Nike en Roblox muestran cómo las marcas crean conexiones más profundas con su público. Este tipo de publicidad no solo atrae, sino que también genera vínculos emocionales y memorables, aumentando la recordación y la recomendación de marca.

4. Inteligencia Artificial y Publicidad Personalizada

La inteligencia artificial permite crear campañas publicitarias hiperpersonalizadas al adaptar los anuncios en tiempo real según el perfil del consumidor. Gracias al análisis de datos, se generan mensajes más relevantes y efectivos. Cuando se usa de forma ética, esta tecnología fortalece la relación entre la marca y el consumidor, haciendo la publicidad más respetuosa y significativa.

Perspectivas Propositivas para el Futuro

En un mundo que avanza hacia el Marketing 6.0, la publicidad debe adoptar ciertos principios para seguir siendo relevante:

- **Autenticidad:** no es suficiente con proclamar, es necesario demostrar. Las marcas deben ser coherentes entre su mensaje publicitario y sus acciones reales.
- **Cocreación:** involucrar a los consumidores en la creación de mensajes, logrando comunicaciones más participativas y empáticas.
- **Innovación Responsable:** la tecnología debe servir para reforzar valores humanos, en lugar de ser utilizada como una herramienta de manipulación.
- **Entornos Inmersivos:** promover experiencias inmersivas que favorezcan la inclusión y la sostenibilidad, permitiendo a los consumidores interactuar de forma ética con las marcas.
- **Sostenibilidad Publicitaria:** desarrollar campañas que fomenten estilos de vida sostenibles y que reduzcan la huella ecológica de las acciones de marketing.

Además, las universidades y centros académicos juegan un papel fundamental en la formación de nuevos publicistas que comprendan estas tendencias y lideren proyectos transformadores. La educación en valores, la conciencia social y el dominio tecnológico deben ser componentes esenciales en los programas de publicidad y marketing. 🗣️

Diagramación e ilustraciones:
Duvan Vazquez Devia

