



Galactic Fed

数字营销 2023 年趋势

欢迎来到银河 美联储营销实验室

您对 2023 年有何期待?现在正是提出这个问题的最佳时机 - 并确保您的营销计划与答案保持一致。

我们正在深入研究最大的变化
2023 年将引入数字营销。一切
您需要了解新趋势、技术、
策略,以及它们将如何影响 SEO、付费
媒体、社交媒体和行业
一般的。系好安全带!

“未来已经来临 只是还没有
平均分配。”

威廉·吉布森



行业动态

巨大的变化不会在一夜之间发生,但需要敏锐的洞察力才能看到它们的到来。

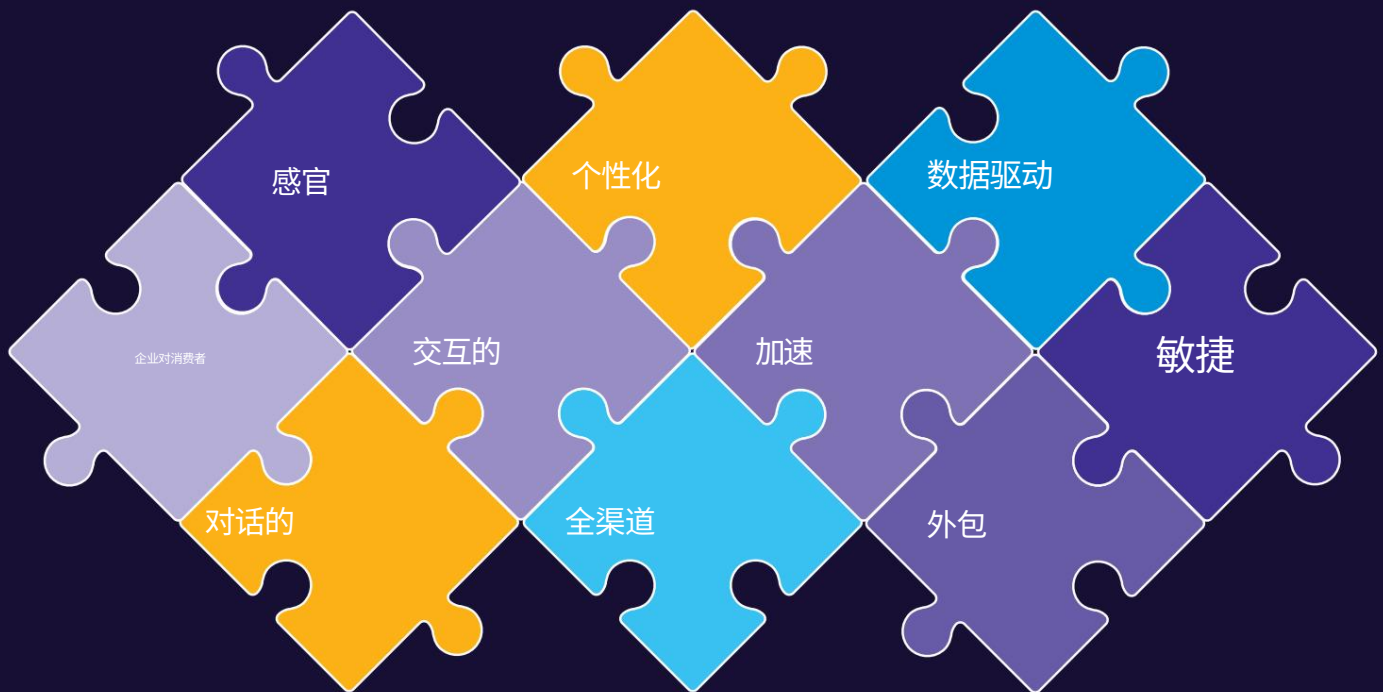
虽然一些营销更新已经成为 Twitter 的标签,但其他的尚未透露他们自己。

2022 年,我们看到营销领域采用新技术的人数激增,这

2023 年会催生出各种新趋势,竞争会很激烈,越早调整策略,收获越大。

那么,2023 年的营销会是什么样子?

2023 年的数字营销



2023年,数字营销将更加...

感官



纯文本将不得不放弃作为主要信息来源的地位。社交媒体上的视频蓬勃发展,播客以闪电般的速度增长,语音搜索越来越受欢迎。是时候让位于更丰富感官的内容格式了。让您的客户选择最合适的信息消费方式将使您的营销更具包容性,并迎合具有不同需求的更广泛受众。

企业对消费者



而B2B和B2C的区别

在商业模式中仍然很明显,但很可能在沟通中变得模糊。

毕竟我们都是网上的个人消费者

- 特别是在社交媒体上。最成功的活动将磨练并重新定位合适的受众,以吸引 XYZ 的营销总监约翰和 Twitter 上的读书爱好者约翰。

数据驱动



越来越严格的法规和法律限制似乎已经破坏了付费媒体数据的乐趣,但没有办法不找到解决办法。收集数据的新机会将会出现 无论 是以各种平台集成、在线调查、利用 AI 功能还是全新的形式。可以肯定的是,品牌将不得不放弃第三方 cookie (尽管谷歌将 Chrome cookie 的弃用时间推迟到 2024 年)并大量投资于第一方数据。

交互的



交互式元素是将信息消费转化为有趣和引人入胜的体验的绝妙方式 - 思考测验、AR/VR 集成、游戏化技术和虚拟事件。既然这些技术已经变得更容易获得且成本更低,是时候让它们成为获得超越竞争对手优势的不可或缺的一部分了。

从Buzzfeed、宜家和谷歌的Interland 获得一些灵感。

个性化



“与谁有关”的营销将成为过去。借助机器学习和 AI 驱动的自动化,我们将有机会一键向成千上万的客户发送个性化消息。这包括电子邮件、时事通讯、登陆页面、网站产品推荐和客户支持。

加速



消费者现在想要一切。他们的订单、客户支持的回复以及对信息的访问。您提供他们想要的东西的速度越快,您就越有可能赢得一些忠诚的客户。这里的主要趋势之一是即时通信。

使用聊天机器人和自动回复

作为广泛的集成,品牌没有任何借口“我们会在 3 个工作日内回复您”。

敏捷



如果您习惯于提前几周规划内容（尤其是社交媒体内容），那么我们有个坏消息要告诉您。2023 年将是情景营销的一年。响应时事、应对最新的 TikTok 挑战、在 Reels 上使用当下流行的歌曲，以及制作流行模因的品牌版本，这些将使您与竞争对手区分开来。例如，Duolingo 已经在扼杀它。

全渠道



如果您在线制作内容，请将其视为您自己的迷你媒体公司 - 您的网站、博客、多个社交渠道、广告和实体店必须相互连接

并为您的客户创造无缝的品牌体验。重新利用内容将是实现这一目标的关键，同时提供更多机会与您的品牌互动并让您的工作更轻松。

对话的



“像真人一样谈论您的产品”是您可以给内容团队的最佳建议。营销陈词滥调和流行语不再流行。顾客

想与品牌进行对话，
不是推销。花哨的难以理解的词也是如此。如果新西兰
议会可以禁止他们，我们可以。

外包



大多数关键品牌职能可能会保留在内部，但对于中小型公司而言，将营销工作外包可能更有意义。首先，它将有助于跟上趋势。

二、获得360度支持保障
最佳增长和最新最佳实践的使用。外包将变得更加精细，以提供非常特殊的专业知识，例如 LinkedIn 广告、CPL 优化或自动化电子邮件营销流程开发。



搜索引擎优化趋势

在你问之前 - 不,SEO 不会消亡。

恰恰相反;它会变得更多

多方面的、具有挑战性的和多样化的。长命
这个!

可能颠覆该行业的最大事件链是人工智能大战。谷歌

已经通过其有用的内容迈出了反对机器编写副本的第一步

更新。然而,人工智能工具并没有退缩或挥舞白旗。

如果有的话,他们正在变得更好,

一天比一天大。如果他们已经可以引用

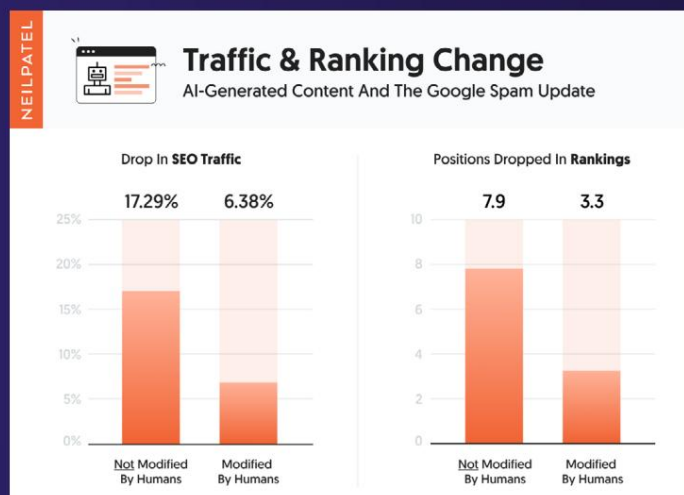
可靠的消息来源来支持他们的叙述,但假设他们不会找到智
胜谷歌的方法就太天真了。特别是当硅谷愿意与加密技术分道
扬镳以支持 AI 工具,而另一家初创公司Regie.ai筹集了 1000
万美元的 A 轮融资时。



但是,最近的Google SpamBrain 更新 (相当安静地推出)可能
会造成严重损害。虽然并不是特别针对人工智能生成的网站 (通
常是无用的垃圾内容),但它确实让垃圾邮件制造者陷入困境。

Neil Patel对100 个 AI 驱动的网站进行了一项有趣的实验

其中 53 个完全由 AI 编写,47 个由人类修改 以了解这次更新对
它们有何影响。结果令人振奋:



这对 SEO 专家意味着什么?首先,我们建议您储备爆米花 在
Twitter 上关注这这将是一场引人入胜的战斗。

但撇开玩笑不谈,搜索引擎优化机构,尤其是搜索引擎优化作家
可能会遇到一些动荡。

谷歌的核心更新已经相当.....有趣的是跟上,并且放心,明
年会有很多。从好的方面来说,如果您只坚持白帽实践,您就不太可
能遭受附带损害。正如尼尔·帕特尔 (Neil Patel) 指出的那样,“短
期内,您可能不会领先,但从长远来看,您会。”

如果您的主要关注点是页面搜索引擎优化,那么现在是了解技术
方面的好时机 - 链接构建、审核和网站优化不太可能在不久的将来
外包给机器

(手指交叉)。

另外,专注于新兴的 SEO 领域怎么样?

社交搜索引擎优化

谷歌议程上的另一场战斗是对抗 TikTok（Instagram 是一个不太可能的伙伴）。谷歌搜索高级副总裁 Prabhakar Raghavan在 7 月份承认 “几乎 40% 的年轻人在寻找午餐地点时,他们不会去谷歌地图或搜索,而是去 TikTok 或 Instagram。”

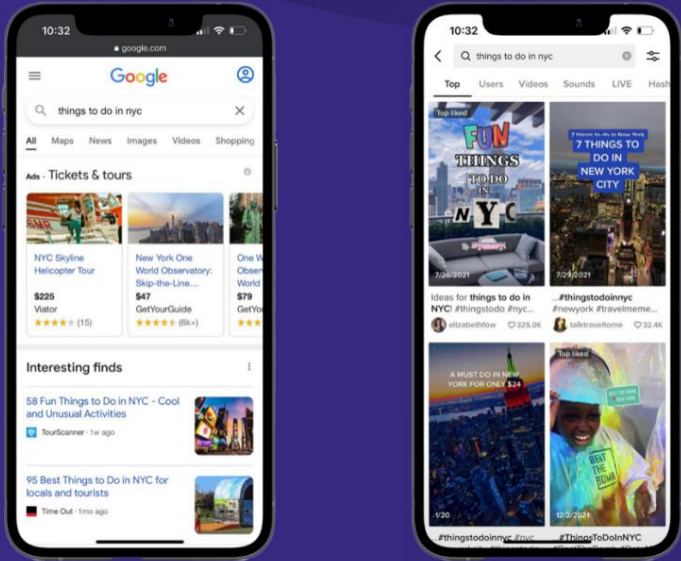
TikTok & Co. 会成为 Z 世代的新搜索引擎吗? 《纽约时报》似乎是这么认为的。除非你是狂热的 TikTok 用户,否则你可能会想,“有什么吸引力?”

“这就像一个选择你自己的兔子洞的冒险故事,这是一种新的但有趣的搜索方式”,David Pierce 诙谐地指出,他最近测试了 TikTok 的搜索能力与谷歌的搜索能力的比较。这是一种更有趣的方式来寻找可观看的信息,而没有任何 SEO 绒毛,在获得实际答案之前必须滚动过去。

虽然不太可能看到社交媒体平台吞下任何相当大的块谷歌,你不应该低估社交搜索引擎优化的重要性。尽管在社交上使用相关关键词的重要性从未受到质疑,但这是一个

相对较新的概念,应视为一个单独的 SEO 分支。2023 年,SEO 将超越网站。那里有很多东西可以优化你的社交个人资料:简历、关键字、主题标签和帐户你跟着。

为了让您更轻松,我们准备了一个恒星王牌社交搜索引擎优化清单 - 在这里下载。



链接建设

随着谷歌2021 年的垃圾链接更新和最近的搜索垃圾邮件更新,来宾发布和链接构建可能会变得更具挑战性。绕过它需要一些认真的战略制定和测试,因为附属网站所有者、博主和其他适合访客发布的资源已经意识到链接的价值,并且可能对他们发布的内容非常挑剔。

Director 建议撰写文章,就好像您是潜在客户团队的一员,而不是随机的贡献者。这意味着在制作内容时要考虑到合作伙伴的受众和产品/服务,并将他们的推广优先于您的品牌。

另一个重要的建议是在格式上更有创意。想想信息图表、视频和案例研究。将其作为您的主要报价,然后建议他们参考其中之一

Kat Sarmiento,银河联储高级 SEO

您的 (高度相关的)文章得分反向链接。

语音搜索

您有单独的关键词策略吗

优化语音搜索?如果没有,你就错过了很多 我们说的至少是1/4

全球移动搜索。随着语音助手的出现,这个数字只会继续上升

成为我们生活中不可或缺的一部分。

语音搜索结构趋于不同

来自常规查询。它们更长而且

像一个完整的句子,有问题

单词和动词形式的正确使用。那么您

需要单独的策略。我们推荐

从 Backlinko 学习这个很棒的指南-

布赖恩·迪恩 (Brian Dean) 带您了解您所了解的一切

需要了解语音搜索。

零音量关键字

另一个在 Twitter 上引起广泛关注的新兴 SEO 趋势是零容量关键字。它的名字不这样做

正义 - 该策略针对特定的长尾

搜索查询。虽然他们的数量并不令人印象深刻 (几十个左右),但他们对特定请求的高度关注可能会带来高质量的 BOFU 线索。

作为最多关键词的 SEO 竞争

变得凶猛,雇用可能有意义

提高网站流量的所有策略。

Search Engine Journal 的这篇文章很好

开始的地方。

专家意见

“谷歌的意图非常明确 优先考虑人类为人类编写的内容。

我们肯定会看到 EAT 因素的持续突出和对那些试图这样做的人的惩罚

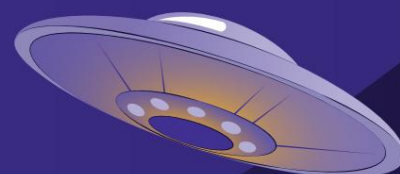
破解系统。

此外,谷歌购物和电子商务日益重要,这将在公司推广产品的方式中发挥重要作用。不要与潮流抗争 虽然谷歌的市场野心可能不适合每个品牌的愿景,但它的发现功能可能非常有益。

最后,我们最有可能通过搜索算法看到 NLP 的显着改进。对于 SEO,这意味着不仅要优化直接查询,还要优化其背后的意图 “用户搜索它的原因”将取代 “用户搜索的内容”。

吉米特瓜里

Galactic Fed SEO 产品总监



付费媒体趋势

我们期待看到蓬勃发展的付费媒体趋势之一是可购买视频广告。

虽然嵌入了静态图像

购买链接已经存在了相当长的时间

一段时间以来,在社交平台上,付费媒体行业即将提升到一个全新的水平。

想象一下看一部关于婚礼的电影

坐落在一个美丽的岛屿上。你不必

谷歌它的拍摄地 - 你只需点击屏幕,瞧,你已经为自己预订了一个假期。再点击一下,您梦寐以求的裙子就已经送到您的手中了。

我们能让它成为现实吗?显然是这样。

NBCUniversal 已经实施了 NBCU

结账-一种将任何适当内容分层以将其变成

为观众提供可购买的体验,而无需他们离开内容本身。

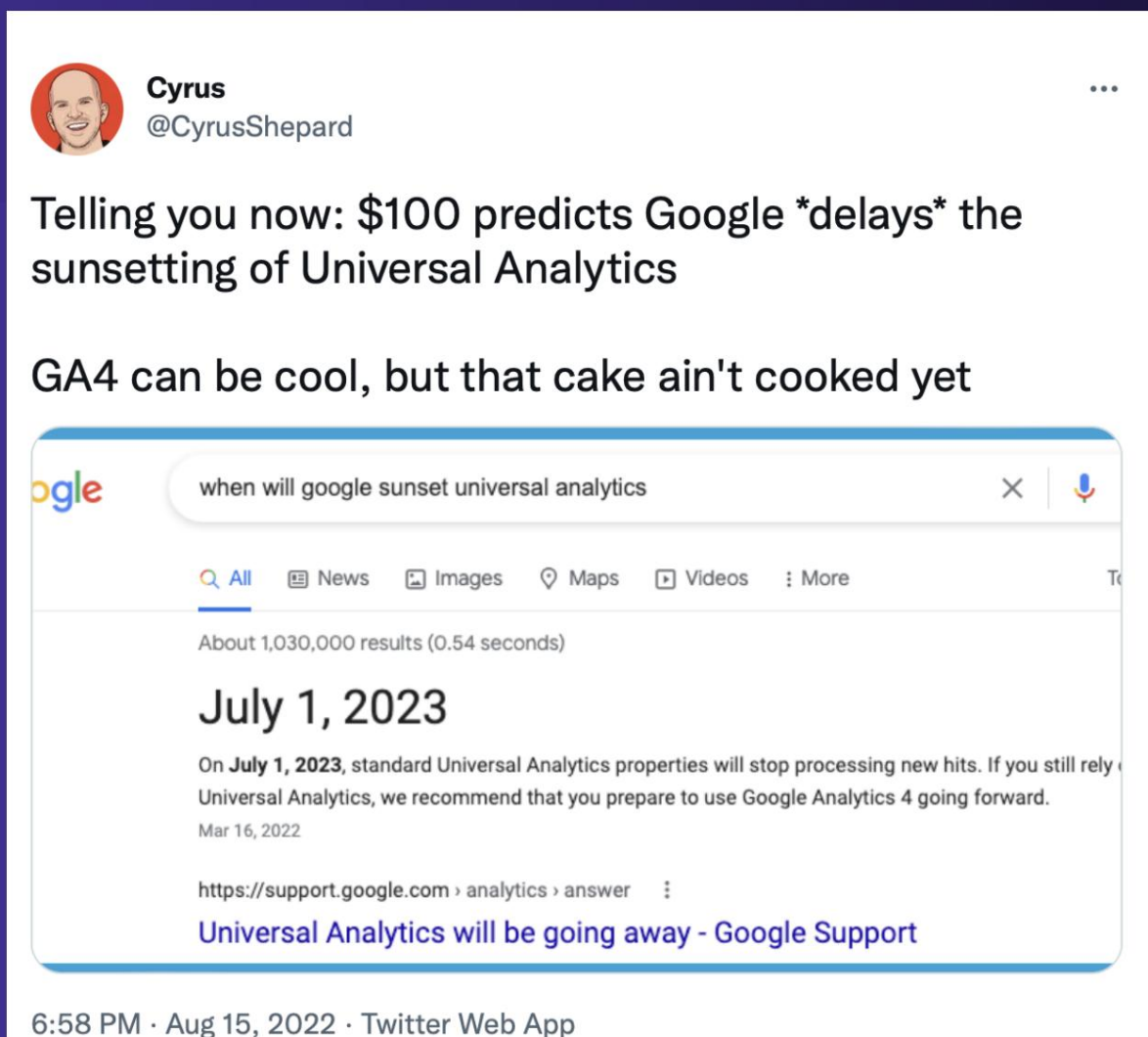
这个概念还有很长的路要走,但你已经可以做很酷的事情了。并观看此视频以更好地了解可购物性

广告将在未来发挥作用。

RIP 通用分析

2023 年 7 月 1 日对许多人来说将是悲伤的一天,因为我们不得不告别 Google Universal Analytics。振作起来:GA4 将是我们的唯一选择。

虽然在纸面上听起来很棒,但我们非常同意Cyrus.Shepard 的观点:



原生广告

42% 的人使用广告拦截器。47% 的美国互联网用户对网站上的广告持负面态度。74% 的人厌倦了社交

媒体广告。在线广告就像一种必要的罪恶:没有人喜欢它们,但每个企业都在使用它们。

然而,越来越多的公司选择原生广告。与传统广告不同,它们看起来不像是付费促销,也不会干扰

用户与内容的交互。虽然概念本身并不新鲜(和影响者营销可以说是它的一种形式),它还没有被广告商大规模采用。

2023 年可能是这一年。原生展示广告

美国的支出预计将同比增长 12.5%,达到 985.9 亿美元。——

自动化活动

就像直升机父母一样,谷歌一直在努力说服广告经理让它自动化几乎所有事情。

性能最大化就是一个很好的例子。它已经大约一年,并且收到了相当多的混合评论(甚至是最新更新)。尽管它确实让事情变得更容易,缺乏控制和有限的可见性引起了广告商的担忧。

尽管如此,我们毫不怀疑谷歌将继续在其议程上加倍努力。

专家意见

“由于我们可能面临经济衰退,企业可能需要缩减广告或获得更聪明。

随着营销预算的紧缩,ROAS 将变得越来越重要,而转化率优化将是提升它的关键。我们建议从 CRO 的角度审查所有着陆页。交互式内容、聊天机器人、在线预订和录制的演示 仅举几例 已被证明非常有效。

此外,TikTok 将变得对广告商更具吸引力,因为它变得越来越复杂,而且我们看到越来越多的千禧一代加入并喜欢它。TikTok 的广告平台不如其他平台强大,但他们一直在Creator Marketplace和其他商业推广选项上投入了大量精力。”

Rachel Meyer Sr.
Galactic Fed 付费媒体客户总监

社交媒体趋势

47亿人使用社交媒体。我们会让_____沉入其中。

虽然几乎不可能找到一个没有任何社交媒体存在的品牌,但很少有人能够充分利用它。在 2023 年,在SMM中取得成功意味着在您的

公司。



(有点像这个时事通讯:-))

添加表情符号并将它们用作荧光笔

强调你的副本。

玩得开心,制作模因,并找到其他

适当的娱乐方式

观众。

回应时事以表明参与对您重要的事情

观众。

展示幕后花絮,帮助您的观众了解您的品牌。

使用员工的照片让您的社交形象更加个性化。

通过您独特的视角和声音过滤您所做的一切,以建立可识别的品牌标识。

作为一种元趋势,品牌人性化将为公司的经营方式带来其他重大变化

建立他们的社交媒体形象。

为什么?因为社交媒体是为了人们与人互动。品牌的任务是将其业务目标与

用户的期望。你有没有继续下去

Instagram 想,“哦,我等不及被卖了我不需要的产品!”?确切地。

品牌人性化将帮助您与追随者进行对话。迎合他们的

需要。娱乐和教育。你想要

成为他们的朋友、艺人、导师或所有人上述的。

这里有一些你可以做的事情来让你的_____品牌更人性化:

使用真实、生动、易于理解的语言,并为实际的销售宣传保留行话。



社交讯息

据Zendesk 称,超过 70% 的客户每次与品牌互动时都希望获得对话式服务。有什么平台比您的社交媒体更好?

然而,仅仅
提供与您的公司联系的选项
Instagram 或 WhatsApp。在社交媒体上,用户不区分个人账户和企业账户,并期望

品牌像个人用户一样行事。在
在通信方面,这意味着获得快速和个性化的响应 接近他们与朋友聊天的方式。

在您的元帐户上设置自动回复可能是一个好的开始。



教资会

有光泽的社交视觉效果的趋势正在消亡。存在
真实是新酷,用户生成也是如此
内容。除了作为内容创意的永恒来源之外,它还非常适合制作您的

品牌更具相关性,使用您的受众的语言,并提高用户拥护度。

为推广 UGC,为在照片和帖子上标记您、使用品牌主题标签以及发布开箱信息的关注者提供奖励

视频。您还可以利用在线评论甚至品牌搜索查询。

这是我们最喜欢的智能示例之一
教资会申请:



员工宣传

鼓励您的员工晋升
您在社交媒体上的品牌是另一个
你应该加倍的人性化技术

在 2023 年下降。这就像用一块石头打两只鸟 - 你改善了你的社交媒体形象并提高了忠诚度和归属感

你的员工。

它究竟如何帮助您的品牌?因为人们倾向于信任其他人 (尤其是

朋友和家人)多于公司。此外,它还可以扩大您的影响力,展示您健康的公司文化,并对品牌情绪和认知产生积极影响。更何况

促进内部文化,从而减少
营业额,提高你的底线。

如果您不确定从哪里开始,请查看此[11](#)
来自 Hootsuite 的指南。

内容再利用

品牌人性化还需要发布平台原生内容,并像用户一样使用可用格式。为每个社交媒体渠道创建独特的内容可能是一项崇高的努力,但事实证明这非常耗时。

2023 年将是重新利用内容的一年。

借助可用于优化流程的多种工具,一篇博客文章可以满足您的社交需求数周。



专家意见

“向社交媒体拟人化的转变本身并不新鲜,但创作者经济极大地加速了它。有5000 万人将自己视为创造者,品牌现在似乎面临两种选择:与他们竞争或利用他们。

最好的解决方案是将两者结合起来 从内部使您的品牌人性化并利用有影响力的资源。长期的合作伙伴关系对于与影响者的受众建立适当的联系至关重要。展示曾经使用过您的产品的名人可能不再是最好的策略 - 用户会希望看到他们的榜样的证明~实际上~将产品融入他们的生活。

虽然创作者市场已经极度饱和,泡沫可能会在经济衰退时破灭,但社交媒体平台本身似乎通过添加新工具和货币化选项来鼓励个人内容创作。这也将为品牌开辟更多机会 在为合适的受众选择合适的影响者方面。”

达林波特

Galactic Fed 营销总监