

zinkUP

TENDENCIAS DE MARKETING EN CIBERSEGURIDAD

2025



Insights clave, datos y predicciones de especialistas del sector.

La importancia de conocer las tendencias

En un sector cada vez más saturado, es importante mantenerse al día y estar al tanto para poder destacar frente a la competencia. Por eso desde Zinkup, como expertos en marketing y comunicación de empresas de ciberseguridad, hemos preparado este informe para ayudar a las organizaciones a llevar su estrategia de marketing al siguiente nivel, preparándose y poniéndose al día de lo que se viene en 2025.

Los resultados que se exponen en este informe proceden de la información extraída de una **encuesta realizada a más de 20 directores, responsables y expertos de marketing en empresas de ciberseguridad españolas o multinacionales con sede en España**. El objetivo es recoger las acciones de marketing que más han destacado en 2024 y las tendencias que marcarán el marketing ciber en 2025. **No solo encontrarás los datos**, sino también algunas ideas y reflexiones sobre hacia dónde va el marketing de ciberseguridad este año.

¿QUÉ HEMOS ANALIZADO?



Acciones clave de marketing de ciberseguridad que han marcado la diferencia en 2024.



El papel de la inteligencia artificial en las estrategias de marketing de ciberseguridad.



Predicciones y opiniones sobre las tendencias en marketing de ciberseguridad que seguirán empresas y expertos en 2025.

Y ADEMÁS...

Conclusiones de nuestro equipo como expertos en marketing y comunicación de ciberseguridad.

ACCIONES CLAVE QUE HAN MARCADO EL MARKETING CIBER EN 2024

¿QUÉ FUNCIONÓ EN MARKETING DE CIBERSEGURIDAD DURANTE 2024?

Marketing de Contenidos

81,8%

Inbound MK y Generación de Leads

45,5%

Branding e Identidad Corporativa

36,4%

Webinars y Eventos Online

31,8%

Comunicación y Relaciones Públicas

22,7%

Lead Nurturing y MK Automation

9,1%

Publicidad en Medios Especializados

9,1%

Colaboraciones con Empresas

4,5%

81,8%

MARKETING DE CONTENIDOS

La tendencia es clara: el marketing de contenidos sigue siendo el rey (un 81,8% de las respuestas lo confirma).

El contenido para redes sociales, blogs corporativos y la elaboración de documentación ad hoc han estado presentes en 9 de cada 10 planes de marketing de las principales empresas de ciberseguridad.

45,5%

INBOUND MK Y GENERACIÓN DE LEADS

La generación de leads a través de inbound marketing sigue siendo una de las estrategias más efectivas para un 45,5% de los encuestados.

Se confirma que no podemos olvidarnos de convertir a esos visitantes a nuestras webs en leads calificados a través de estrategias eficaces y personalizadas

36,4%

BRANDING E IDENTIDAD CORPORATIVA

El branding y la identidad corporativa se posicionan en el top 3 con un 36,4% de votos, subrayando la importancia de una imagen de marca sólida como pilar fundamental en la estrategia de marketing.

Construir un storytelling y una identidad corporativa potentes que reflejen los valores de la marca no es algo opcional.

31,8%

WEBINARS Y EVENTOS ONLINE

Los webinars y eventos online destacan con un 31,8% de las respuestas, mostrando su relevancia para compartir conocimientos especializados y fortalecer la interacción con la audiencia en el ámbito de la ciberseguridad.

22,7%

COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

La comunicación y las relaciones públicas, son claves para 1 de cada 4 encuestados en la construcción de confianza y visibilidad y tienen un papel fundamental para posicionar a las marcas en un mercado competitivo. Lo que no se comunica, no existe.

9,1%

LEAD NURTURING Y MK AUTOMATION

El lead nurturing y el marketing automation, son muy importantes para 1 de cada 10 especialistas encuestados que apuntan a su uso más específico, pero estratégico, permite optimizar recursos y personalizar el recorrido del cliente para mejorar la conversión.

9,1%

PUBLICIDAD EN MEDIOS ESPECIALIZADOS

La publicidad en medios especializados en tecnología y seguridad, con un 9,1%, mantiene su importancia como una estrategia dirigida a audiencias altamente segmentadas, ideal para reforzar la visibilidad en nichos específicos del sector.

4,5%

COLABORACIONES CON EMPRESAS

Las colaboraciones con otras empresas del sector, aunque menos frecuentes (4,5%), representan una oportunidad valiosa para generar contenido compartido y ampliar el alcance al aprovechar sinergias entre marcas.

Los resultados destacan un enfoque en estrategias que equilibran **visibilidad, especialización y confianza.**

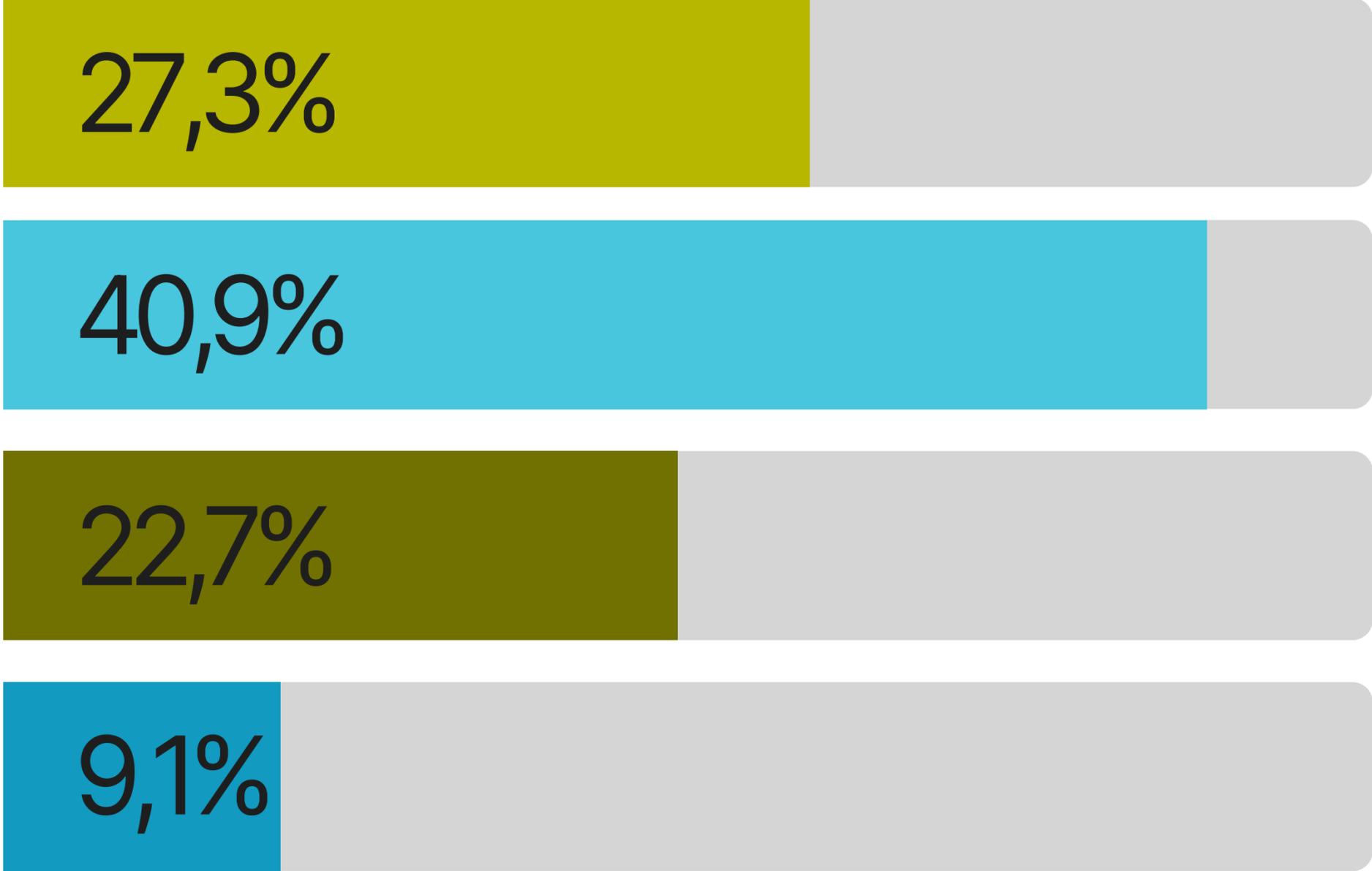
El marketing de contenidos, la generación de leads y el branding lideran, mientras que acciones como webinars y relaciones públicas refuerzan la conexión con la audiencia y **conocimiento del sector de la ciberseguridad.**

Herramientas más específicas, como la publicidad especializada y el marketing automation, añaden valor estratégico en nichos concretos, reflejando la **necesidad de combinar alcance y personalización** para destacar en ciberseguridad.

LA INFLUENCIA DE LA IA EN EL MARKETING DE CIBERSEGURIDAD



La IA - Un pilar emergente



Categoría	Porcentaje
Es una parte fundamental y estamos muy enfocados en su implementación.	27,3%
Estamos empezando a explorar su uso en marketing.	40,9%
Tiene una influencia moderada en nuestra estrategia actual.	22,7%
No ha tenido un impacto significativo hasta ahora.	9,1%

27,3%

Es una parte fundamental y estamos muy enfocados en su implementación.

40,9%

Estamos empezando a explorar su uso en marketing.

22,7%

Tiene una influencia moderada en nuestra estrategia actual.

9,1%

No ha tenido un impacto significativo hasta ahora.

Avance y Retos

La encuesta sobre el impacto de la inteligencia artificial (IA) y el machine learning en las estrategias de marketing de ciberseguridad revela que un **porcentaje significativo** de los participantes **considera la IA como una parte fundamental** de su estrategia destacando:

Su papel en la personalización de mensajes.

La optimización de campañas.

La previsión de comportamientos de clientes.

Por otro lado, la **mayoría de empresas todavía están explorando el uso de la IA**, reconociendo su potencial, pero aun adaptándose a cómo integrarla de manera efectiva.

La encuesta también revela que casi un 23% de los expertos encuestados, aunque utiliza la IA, reporta una influencia moderada en sus estrategias, indicando que aún no se ha convertido en un componente clave de sus campañas.

EN RESUMEN



La IA **está ganando** terreno en marketing de ciberseguridad, pero su adopción sigue siendo escalonada.



Encontramos empresas que ya **la consideran esencial** en sus estrategias anuales y otras que aún están en fase de exploración, testeo y adaptación.

TENDENCIAS EN MARKETING DE CIBERSEGURIDAD PARA 2025

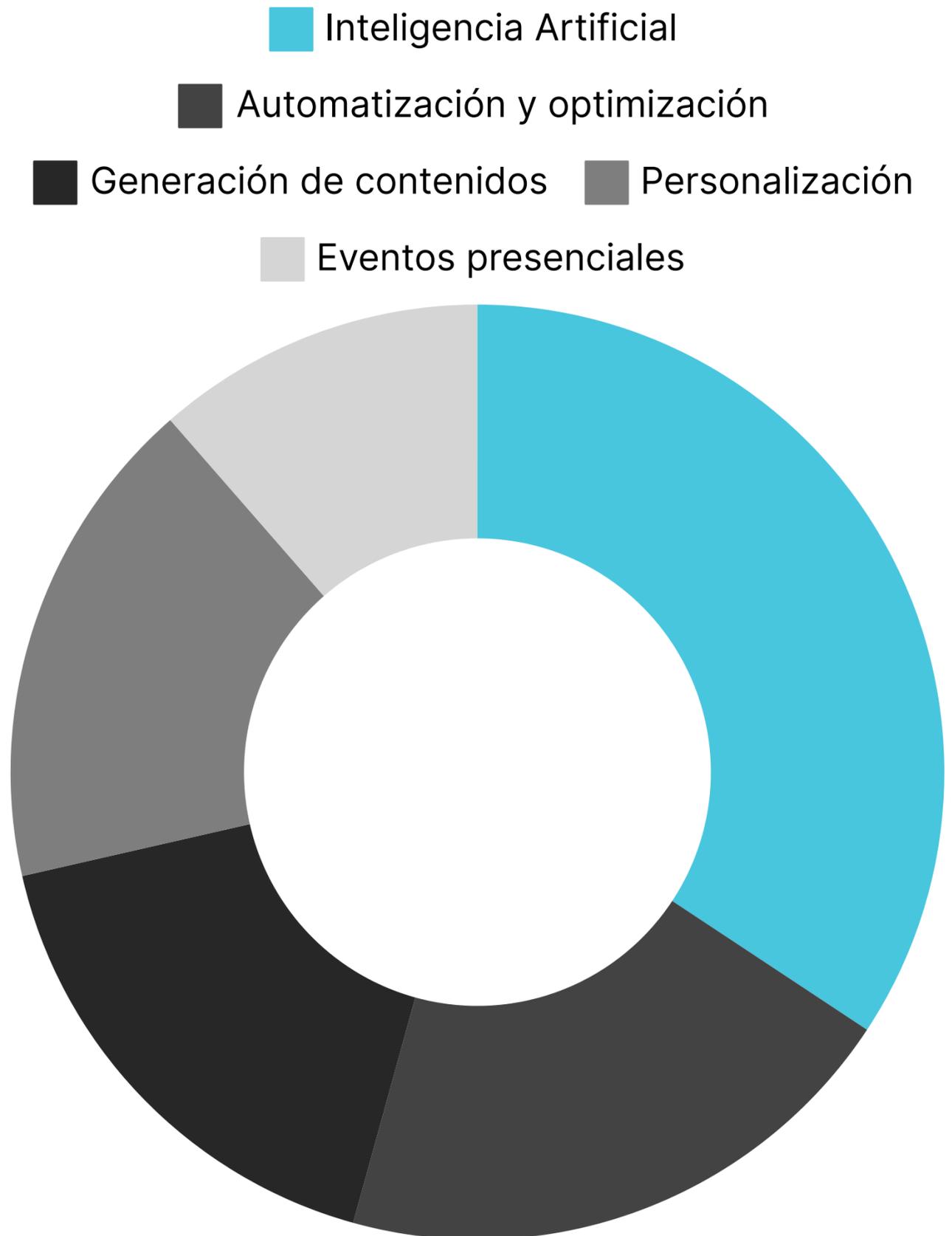


IA: La gran protagonista

PORCENTAJE: 54.55%

La Inteligencia Artificial será **una de las tendencias clave en 2025** en el marketing de ciberseguridad.

Los encuestados destacan que la IA permitirá **personalizar estrategias, mejorar la eficiencia** de las campañas y **optimizar la comunicación** dirigida a clientes específicos.

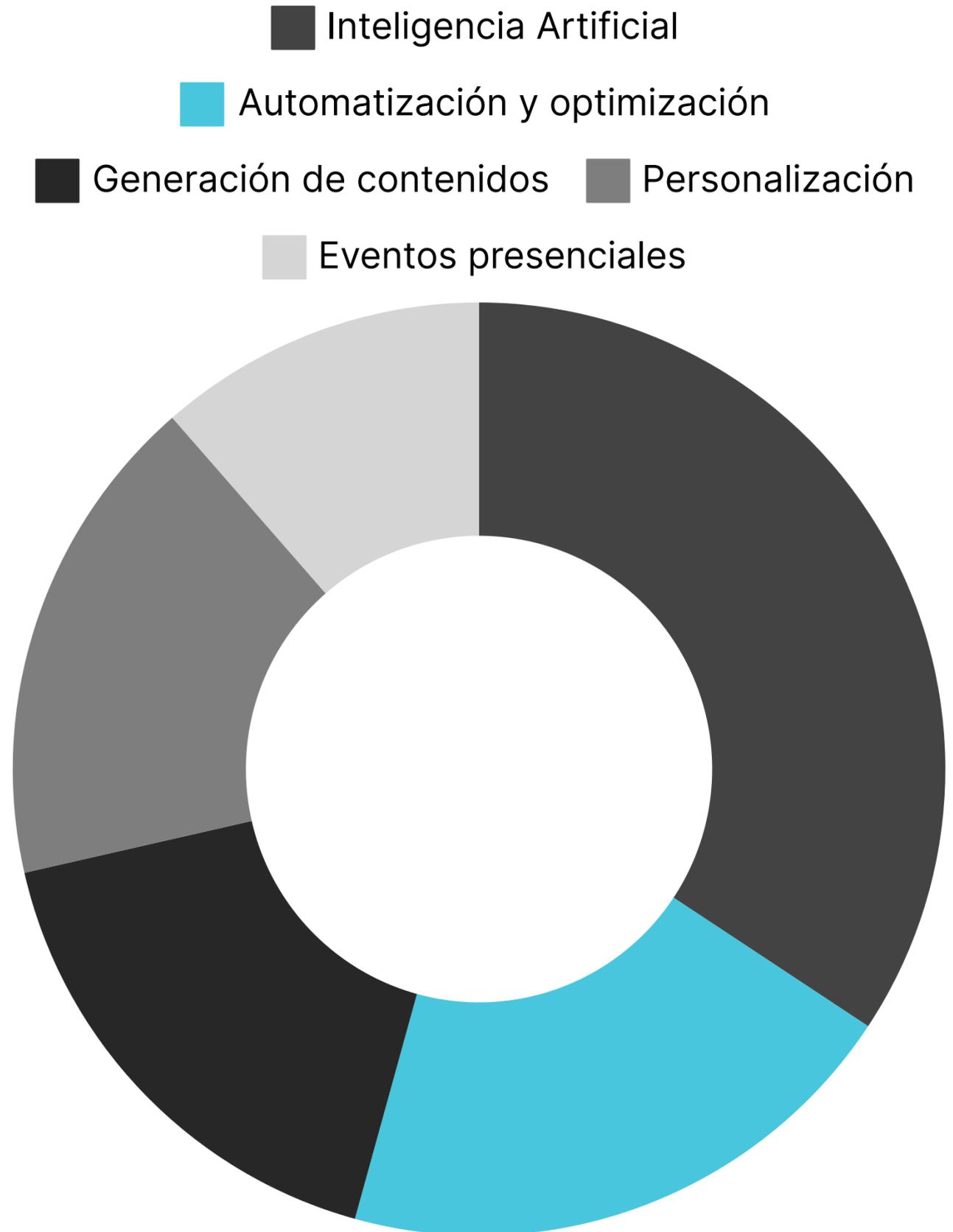


Automatización y optimización

PORCENTAJE: 31.82%

La automatización y la optimización serán claves en el marketing de ciberseguridad. Los especialistas encuestados mencionan que la IA mejorará la eficiencia, **facilitará decisiones basadas en datos** y **optimizará campañas de PPC**.

La analítica y la escalabilidad permitirán **maximizar resultados** y **ajustar estrategias** en tiempo real.

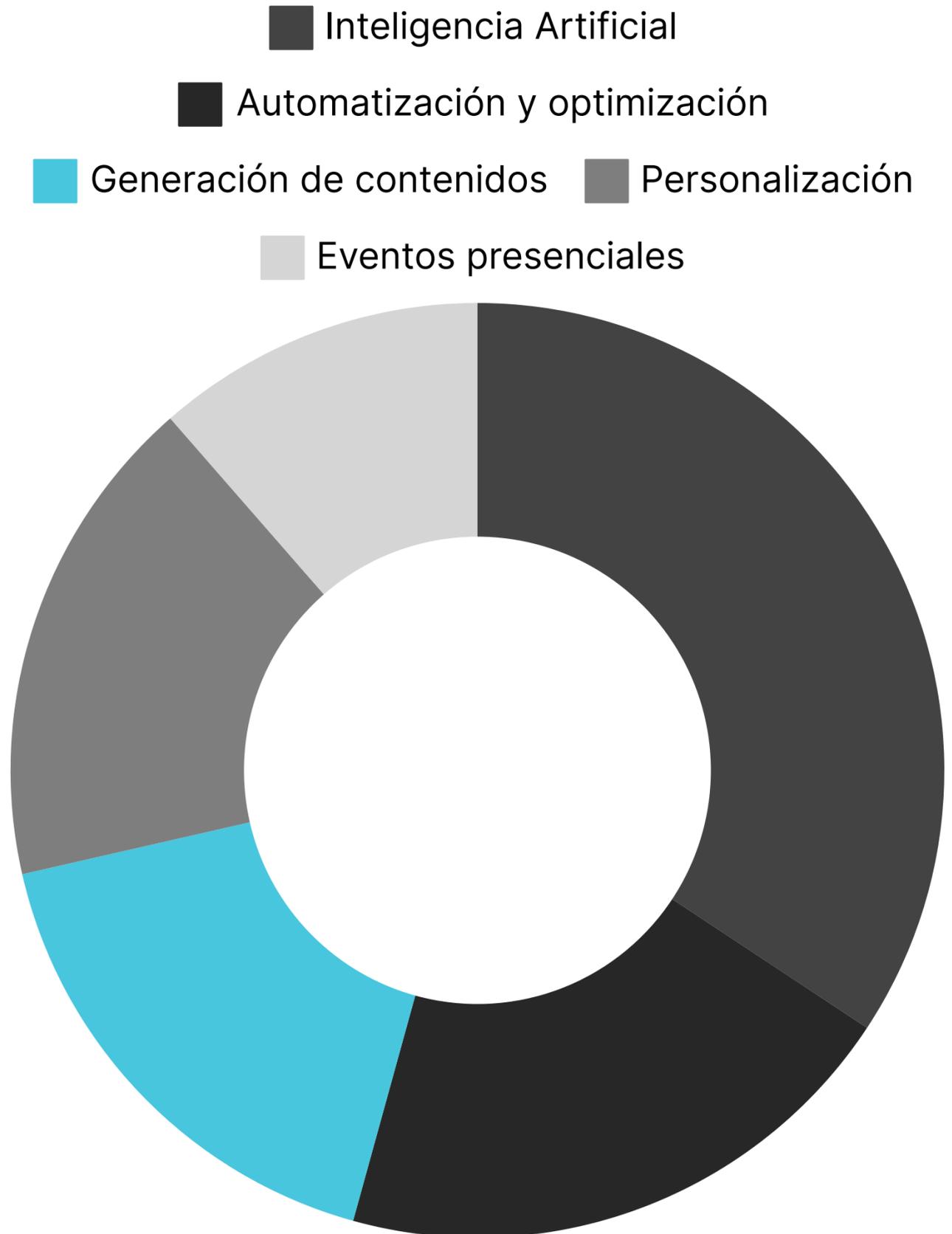


Generación de Contenidos

PORCENTAJE: 27.27%

El marketing de contenidos continuará siendo crucial en las estrategias de marketing, sobre todo con un enfoque en la **concienciación** y apoyándose en contenido generado por IA.

Los encuestados mencionan la **importancia de crear contenido educativo** que no solo informe sobre las amenazas, que ayude a los clientes a tomar decisiones conscientes.

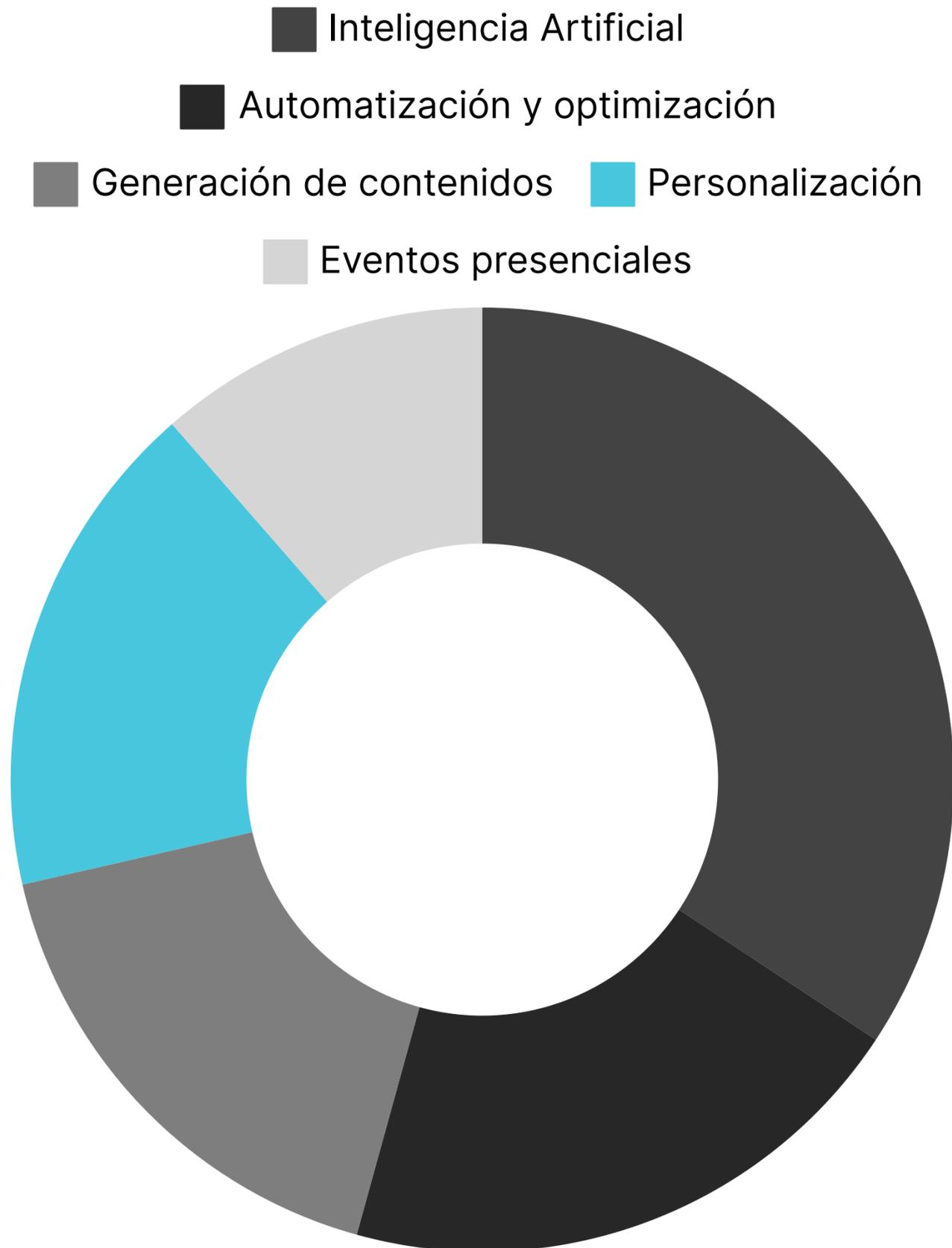


Personalización

PORCENTAJE: 27.27%

La personalización también será protagonista este 2025 ya que permitirá crear **experiencias únicas y relevantes para cada cliente**. Las empresas apuestan por adaptar sus mensajes según las necesidades específicas de cada usuario.

Este enfoque permitirá **mejorar la experiencia del cliente** y será **esencial para generar confianza**, un factor crucial en un sector donde la protección y la credibilidad son imprescindibles.

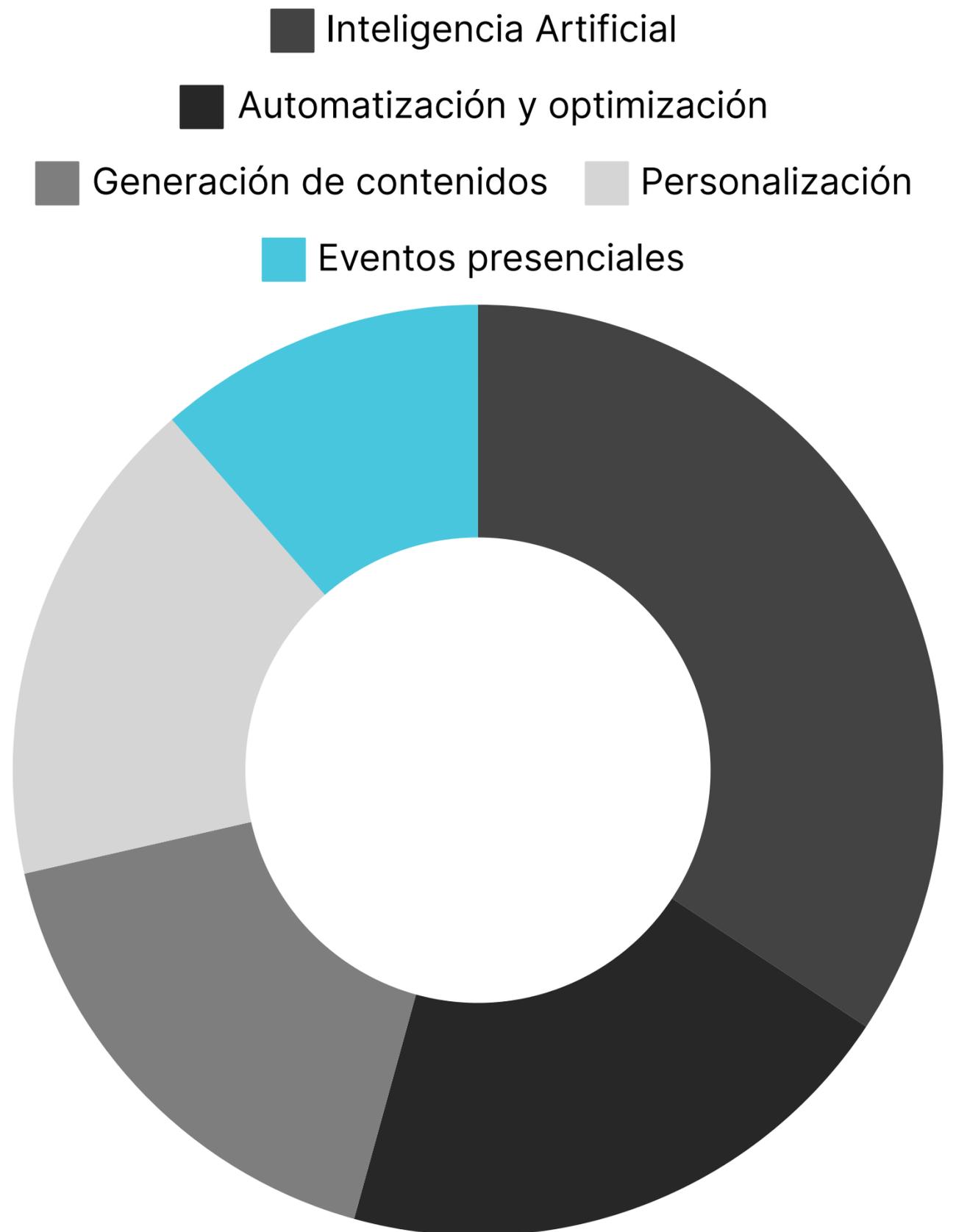


Eventos presenciales

PORCENTAJE: 18.18%

A pesar del auge de lo digital, los **eventos presenciales seguirán siendo fundamentales** en el marketing de ciberseguridad.

Las interacciones cara a cara con CISOs, líderes de TI, clientes y potenciales clientes permitirán entender sus necesidades y proponer soluciones, fortaleciendo relaciones y decisiones informadas.



Otros puntos clave

Destaca la importancia de construir **conexiones auténticas** y alcanzar **resultados óptimos**, lo que requiere **combinar propósito**, paciencia y **estrategias bien definidas** para trabajar la **diferenciación**.

- ▶ La importancia del **branding con propósito** y una cierta trayectoria para atraer a los usuarios, incluso en un entorno actual orientado a resultados rápidos.
- ▶ La necesidad de una estrategia sólida y pasos firmes para construir **relaciones auténticas**.
- ▶ Focalizar el presupuesto en acciones concretas y estratégicas para **evitar enfoques genéricos**.
- ▶ El auge del **Account-Based Marketing (ABM)** como estrategia clave para segmentar y personalizar esfuerzos.

En resumen...



El marketing de ciberseguridad sigue evolucionando, y las respuestas reflejan un enfoque claro: combinar **tecnología avanzada con estrategias humanas y auténticas**.

- La **IA** destaca como **gran motor de eficiencia**, según el 55% de los encuestados, gracias a su capacidad para optimizar campañas y personalizar acciones.
- La **automatización** resulta imprescindible para el 32% ya que permite **escalar esfuerzos** y sacar el **máximo partido a los recursos**.
- La generación de contenidos y la personalización (algo más del 25% cada una) confirman que **conectar con la audiencia sigue siendo el centro de cualquier estrategia**.

- Los **eventos presenciales** siguen presentes a pesar de que lo digital es tendencia. Casi un 20% de los participantes destaca su valor para **conectar cara a cara** con líderes clave, escuchar sus necesidades y ofrecer soluciones personalizadas.

En definitiva, el camino hacia resultados óptimos en marketing pasa por un equilibrio: tecnología para ganar en eficiencia y estrategia para construir relaciones auténticas y a largo plazo.

EL FUTURO DEL MARKETING DE CIBERSEGURIDAD ESTÁ EN LA COMBINACIÓN DE TECNOLOGÍA, PERSONALIZACIÓN Y RELACIONES AUTÉNTICAS.

LAS CLAVES PARA 2025 SEGÚN VOCES EXPERTAS





SEO, Contenido, ABM, y estrategias de Posicionamiento para generar confianza”.

► **Johana Quiñonez Collazos**, Directora de Estrategia y Marketing Grupo A3Sec



En 2025, la IA se encargará de una mayor parte de la ejecución, pero la producción constante de contenido seguirá siendo crucial, ya que las estrategias multicanal son esenciales. La automatización será clave para potenciar los esfuerzos”.

► **Marti Buckley**, Responsable de Marketing en CounterCraft



Creo que va seguir la misma trayectoria que hasta ahora pero con pequeños matices, como por ejemplo la utilización de nuevas herramientas como la IA en redes sociales o medios, que pueden ayudar a darle una visión más audiovisual a las acciones. Desde mi punto de vista considero que el marketing en ciberseguridad se basa en el contenido y la información relevante del sector, por lo que continuarán los blog, publicaciones sobre nuevas normativas, webinars, eventos... pero recalco nuevamente que el uso de la Inteligencia Artificial puede ser un buen aliado para cambiar la experiencia de los usuarios a la hora de recibir esta información”.

► **Lucía Granda García**, Representante de Marketing en Áudea Seguridad de la información



Yo creo que la inclusión de la IA irá tomando más protagonismo sobre todo en la ayuda en la búsqueda del prospecto o la campaña adecuada en base a las necesidades, pero sin duda el contacto directo con el CISO en eventos F2F (análisis de sus necesidades y propuesta de soluciones) seguirán teniendo un gran peso en las acciones de marketing al igual que el contenido de valor que ayude a los clientes a entender mejor las tecnologías y que le ayuden en la toma de decisiones”.

► **Flor Uzquiano Martín**, Field and Channel Marketing Manager - Iberia en Bitdefender



La IA y el aprendizaje automático seguirá siendo una herramienta crucial tanto para la defensa en ciberseguridad, pero también poderosa para el ataque. Desde una perspectiva de marketing, es crucial destacar estas capacidades avanzadas de IA en las campañas de ciberseguridad e irónicamente, la IA está a su vez redefiniendo el marketing al proporcionar herramientas que mejoran la eficiencia, la personalización y la toma de decisiones basada en datos. Ya estamos viendo muchas herramientas que crean contenidos, planificación y diseños, ¡hasta analíticas de los sentimientos y opiniones de los clientes! Por ello en 2025 las empresas que adopten estas tecnologías estarán mejor posicionadas para entender las necesidades de sus clientes, optimizar sus campañas y mantenerse competitivas”.

► **María Prieto García**, Channel Marketing Specialist en Axis Communications



La adaptación de la IA a nuestras estrategias va a ser clave y necesaria, así como una personalización avanzada de nuestras acciones/campañas gracias a soluciones machine learning”.

- ▶ **Juan Manuel Abuja**, Experto en Marketing y Comunicación de Ciberseguridad



Será fundamental integrar la IA para mejorar la eficiencia y permitir una comunicación más específica y segmentada”.

- ▶ **Claudia Goepfel**, Directora de Marketing para EMEA en Delinea



El contenido y la información actualizada han sido claves para BOTECH en 2024 y lo seguirán siendo en 2025 ya que, además de mejorar el posicionamiento y la visibilidad de la compañía, a lo largo del año son muchas las novedades que necesitamos que lleguen tanto a nuestros actuales clientes como a los potenciales. Además, las campañas de PPC y su optimización continúan teniendo una especial relevancia junto a la analítica de todas las acciones realizadas para mejorar los resultados”.

- ▶ **Miguel Angel Rojo**, CEO en BOTECH



Eventos presenciales”.

► **Pablo Nebreda**, Director Global de Marketing



Contenido generado por IA, automatización, presentaciones, colaboraciones y eventos en vivo”.

► **Stuart Baum**, VP of Marketing en Opscura



Marketing de contenidos para educar en tema de seguridad, evitar ataques de phishing con uso de la IA... Las relaciones públicas desde los fabricantes del sector, no solo, para el posicionamiento, sino para crear ese contenido y esas conversaciones a cerca de la necesidad de implementar una buena estrategia en materia de ciberseguridad, sin olvidar los sectores que tienen que cumplir la normativa NIS2 en pocos meses”.

► **Alicia Maluenda**, Responsable de Marketing Internacional en Hornetsecurity



Las tendencias en marketing de ciberseguridad incluirán la personalización de servicios, el uso de inteligencia artificial para análisis predictivo y un enfoque en la educación del cliente sobre amenazas emergentes”.

- ▶ **Laura Vicent Fernández**, Head of Marketing & Communications en Mnemo



Creo que cada vez habrá una mayor automatización de procesos. Asimismo, las campañas de Marketing, tanto online como offline, estarán más enfocadas en la creación de contenido específico para clientes estratégicos, cobrando así una mayor relevancia lo que se conoce como Account Based Marketing”.

- ▶ **Marta Pérez Polanco**, Senior Field Marketing Manager en ZScaler



Todo aquello relacionado con la inclusión de la IA dentro de la ciberseguridad será lo que marque tendencia”.

- ▶ **Alejandro Novo**, Country Manager en Synack Spain



La diferenciación en un sector muy ocupado”.

- ▶ **Paco Moral Rubio**, Cofundador y Director de Marketing en Dedge Security



Branding con propósito: el marketing actual busca resultados rápidos, pero encantar y atraer requiere estrategia, paciencia y pasos firmes para construir conexión auténtica”.

- ▶ **Gabriela Villarroel M.**, Marketing Manager en NovaRed



En 2025, las tendencias clave en marketing de ciberseguridad serán la personalización basada en IA, las estrategias educativas, los contenidos centrados en el storytelling y la regulación”.

- ▶ **Celia Catalán**, Responsable de Marketing y Comunicación en Cybertix y Zerolynx



El marketing en ciberseguridad se centrará en estrategias avanzadas de generación de leads, contenidos de awareness con casos prácticos reales e integración de IA en la optimización de procesos”.

- ▶ **Esther Lekunberri Alli**, Strategy&Marketing Manager en Var Group ES - Wise Security



Dedicar todo el presupuesto posible. Concentrarlo en acciones muy enfocadas, evitando grandes eventos genéricos por ejemplo”.

- ▶ **Borja Perez**, Country Manager en STORMSHIELD

CONSEJOS CLAVE DE ZINKUP



Conclusión

Los **más de 20 años de experiencia** de nuestro equipo en marketing y la comunicación de **empresas nacionales e internacionales de tecnología y ciberseguridad**, nos ha permitido obtener una visión de cómo el sector cambia cada año.

- ▶ Un sector que cambia a gran velocidad y al que es necesario adaptarse para conseguir los resultados óptimos y lograr los objetivos.
- ▶ Desde Zinkup **estamos seguros de que el marketing de ciberseguridad durante 2025 será un campo de innovación constante** donde habrá que adaptarse y aprovechar al máximo las nuevas tecnologías, educar a la audiencia y ofrecer experiencias personalizadas.

Algunas recomendaciones a incluir en las estrategias de marketing en ciberseguridad 2025:

- Integración de **soluciones de IA** para ser más rápidos, creativos, eficientes y productivos.
- **Marketing de contenidos** para consolidar la presencia de la marca en el mercado y enriquecer la experiencia de los clientes.
- **Comunicación y relaciones públicas.**
- **Inversión en PPC** para incrementar de branding y obtener un crecimiento más rápido
- **Inbound Marketing** y generación de leads.

En Zinkup sabemos que la personalización es un plus para cualquier estrategia y logra los mejores resultados y por eso...

**PREGÚNTANOS CUÁL SERÍA
LA ESTRATEGIA ÓPTIMA
PARA TU ORGANIZACIÓN**

SOBRE ZINKUP



QUÉ HACEMOS



Trabajamos con empresas innovadoras y startups **como la tuya**



10

Años en el mercado

Trabajando con **empresas innovadoras**, startups, scaleups, aceleradoras y programas de emprendimiento.

12

Profesionales

Especializados en: **Contenido**, redacción, relaciones públicas, generación de leads, mensajes, branding, diseño web, redes sociales y más.

60

Casos de éxito

Éxito demostrado en sectores como: Industria Inteligente, Energía Limpia, Sostenibilidad, **Ciberseguridad**, Tecnología Sanitaria, Sector Público y más tecnología B2B.

NUESTROS SERVICIOS

“Marketing diseñado para empresas tecnológicas B2B”

Todos los servicios de marketing y comunicación B2B que necesitas para alcanzar tus objetivos:

- Inbound Marketing y Generación de Leads
- Lead Nurturing y Marketing Automation
- Marketing de Contenidos
- Comunicación y RRPP
- Branding e Identidad Corporativa
- Posicionamiento y Marca Personal
- Paid Media
- Diseño Web y Posicionamiento SEO
- Marketing de Contenidos
- Gestión de Redes Sociales
- Marketing de Influencers
- Marketing para programas de Aceleración y Emprendimiento



VALORES CLAVE QUE GENERAN RESULTADOS

- **Eficiencia y agilidad:** Garantizamos un proceso fluido con altos estándares de servicio, adaptándonos rápidamente a las prioridades cambiantes.
- **Flexibilidad:** Servicios completos y personalizados de marketing y comunicación diseñados para satisfacer tus necesidades únicas.
- **Trabajo en equipo:** Actuamos como una extensión de tu equipo para una colaboración fluida y proactiva.
- **Gestión de proyectos:** Desde la consultoría hasta el diseño y la ejecución.
- **Orientados a resultados:** Enfocados en establecer objetivos claros y ofrecer resultados medibles.
- **Adaptabilidad:** Desarrollo de una estructura de comunicación y marketing ágil y sostenible.
- **Compromiso:** Dedicados a aumentar la visibilidad, generar demanda y convertir clientes.
- **Fiabilidad:** Experiencia comprobada y comentarios positivos de clientes.

MÁS DE 60 EMPRESAS CONFÍAN EN NOSOTROS

BIND_



Counter
Craft



Delinea

ECIJA



donostiasustapena
fomentosansebastián



ivíntegris

CYBER SURGERY



Lidera

Hldiv

BasKeep



YSIOS
CAPITAL

HITEC



SPORTEK | HÜB



zinkUP

¡GRACIAS!

▶ info@zinkupmarketing.com
www.zinkupmarketing.com

