

6 PAUTAS DE COMUNICACIÓN

PARA EL ENGAGEMENT CON LOS CLIENTES EN TIEMPOS DE CRISIS



Las crisis normalmente generan situaciones de pánico. Por eso es tan importante formular un plan que permita a tu equipo tener éxito. A continuación describimos algunos consejos que podrán ayudarte.

1 Ponte en el lugar de tu cliente

En tiempos de crisis, recuerda que te estás comunicando en un ambiente altamente sobrecargado de mensajes. Los consumidores pueden estar saturados de información, así que asegúrate de que tu mensaje cuente.

2 No seas insensible

No te arriesgues a anunciar ventas especiales o actuar como si nada hubiera cambiado. Sé sensible al nuevo entorno.

3 Mantén la comunicación en torno a la crisis

Asegúrate de que tu mensaje es relevante. Limitate a compartir noticias sobre cancelaciones de eventos, lanzamientos de productos o servicios, o información crucial sobre tus existencias o entregas.

4 Cuidado con la frecuencia de tus comunicaciones

Realiza una auditoría exhaustiva para controlar el contenido y la frecuencia de tus mensajes. Cruzar la línea puede molestar a los clientes y afectar la reputación de tu marca.

5 Reorganiza tus canales

Si hay cierres generalizados, asegúrate de que tus emails automatizados ya no impulsen las visitas a tiendas físicas. En su lugar, formula campañas para fomentar y recompensar las compras online.

6 Añade un poco de personalización

Utilizando los datos de los consumidores de los perfiles en tus plataformas de datos de clientes (CDP), ofrece experiencias personalizadas a través de canales y dispositivos. Las recomendaciones de productos individualizados u ofertas especiales harán que tu mensaje se destaque del resto.



Como profesionales del marketing, podemos llegar a nuestro público en tiempos de crisis. Utilizando todo el abanico de tecnologías de marketing basadas en datos, podemos hacer que la conversación continúe y que los consumidores tengan un engagement de contenido relevante, útil e impactante.