

# 6 LINEE GUIDA PER COMUNICARE DURANTE UNA CRISI

## E MANTENERE ALTO L'ENGAGEMENT CON I CLIENTI



Durante una crisi è importante mantenere il sangue freddo e formulare un piano che permetta di supportare il business in modi nuovi ed efficaci.

### 1 **Mettiti nei panni dei tuoi clienti**

Durante una crisi, ricorda che stai comunicando in un ambiente saturo di messaggi. Quindi assicurati che il tuo messaggio sia utile e rilevante.

### 2 **Non fare finta di niente**

Non rischiare di alienare i consumatori, ad esempio promuovendo sconti primaverili come se niente fosse successo. Sii sensibile.

### 3 **Mantieni una comunicazione di valore**

Assicurati che il tuo messaggio sia pertinente in caso di crisi. Limitati alle notizie su cancellazioni di eventi, lanci di prodotto o servizi, oppure informazioni cruciali sull'inventario o sulla consegna.

### 4 **Rispetta la cadenza**

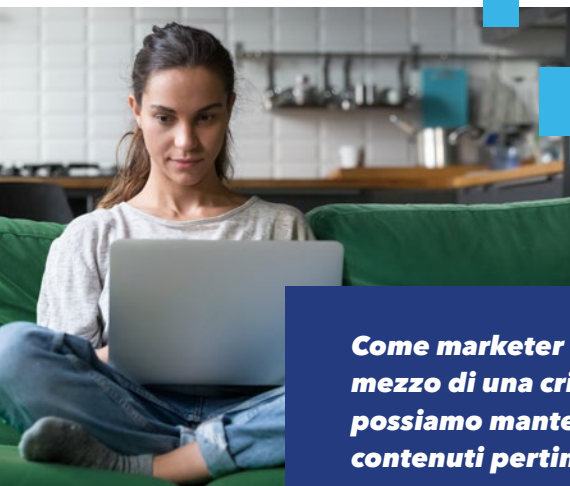
Esegui un audit approfondito per controllare il contenuto e la frequenza dei tuoi messaggi di marketing. Esagerare può infastidire i clienti e persino rovinare la reputazione del brand.

### 5 **Riorganizza i canali**

Se i negozi chiudono, assicurati che i tuoi messaggi automatizzati non spingano a visitare i negozi. Crea invece nuove campagne di comunicazione per incoraggiare e premiare lo shopping online.

### 6 **Affidati alla personalizzazione**

Utilizza i dati dei consumatori presenti nella tua Customer Data Platform (CDP) per offrire esperienze personalizzate su tutti i canali e i dispositivi. Raccomandazioni di prodotto personalizzate e offerte speciali renderanno il vostro messaggio diverso dagli altri.



**Come marketer digitali, possiamo ancora raggiungere il nostro pubblico nel mezzo di una crisi. Sfruttando l'intero set di tecnologie di marketing data-driven, possiamo mantenere attiva la conversazione e coinvolgere i consumatori con contenuti pertinenti, utili e di impatto.**