

RECUPERA TU NEGOCIO EN LA "NUEVA NORMALIDAD"

La "nueva normalidad" post COVID-19 exige algo más que un ajuste temporal de las empresas, requiere un cambio total de mentalidad. Algo diferente al enfoque pre-pandémico - más alcance, más crecimiento, más conversiones.

UN NUEVO PANORAMA PARA EL CONSUMIDOR

A medida que el mundo sale del confinamiento, los profesionales del marketing se enfrentan a una realidad de consumo totalmente nueva.



de los consumidores dicen sentir temor por un nuevo brote de coronavirus.¹



de gasto previsto para el 2020.²



de los consumidores exigen más calidad.³



de los consumidores tendrán un cambio de comportamiento a largo plazo.⁴

1 <https://www.deloitte.com/us/blog/business-coronavirus-concerns-global-consumer-1203543554/> 2 McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/safeguarding-our-lives-and-our-livelihoods-the-imperative-of-our-time>
3 Highsnobiety. <https://www.highsnobiety.com/p/hype-generation-quarantine/> 4 eMarketer. <https://www.emarketer.com/content/us-consumers-shopping-more-online-dont-expect-to-revert-to-pre-pandemic-behavior>

VOLVER A LO FUNDAMENTAL

Los siguientes valores ayudarán a las empresas a tener relaciones a largo plazo con sus clientes y empleados: sentido empresarial, responsabilidad, reducción del estrés, inspiración y un Marketing centrado en el cliente.



El sentido empresarial

- Revalúa el modelo de negocio
- Adáptate a los nuevos hábitos de consumo (por ejemplo, pasar de la compra offline a la online)
- Inventa nuevos servicios para atender nuevas necesidades



Responsabilidad

- Adopta una postura sobre los temas sociales
- Mantente abierto a los cambios en el mensaje y a la estructura de tu compañía
- Muestra empatía con los clientes, sé humano ante las dificultades



Reduce el estrés

- Asegura a tus empleados que el trabajo y la continuidad del negocio es seguro
- Comunícate con tus partners con regularidad
- Ten transparencia y máxima seguridad de los datos



Inspiración

- Lidera el camino, transmite esperanza y confianza
- Cultiva un sentido de causa social
- Encuentra nuevas formas de conectar y enamorar a tus consumidores



Marketing centrado en el cliente o Customer-First Marketing

- Enfoque en los clientes de forma personalizada
- Favorece las relaciones a largo plazo en lugar de las ventas rápidas
- Utiliza la tecnología de marketing (ver más abajo) para realizar comunicaciones relevantes

"Con un **Marketing centrado en el cliente**, los profesionales aplican estrategias basadas en la confianza y la empatía para garantizar que cada comunicación sea significativa y relevante".

CÓMO SELLIGENT APOYA AL MARKETING DIGITAL



LA INTELIGENCIA DEL CONSUMIDOR

Siempre atrae a tus clientes en base a los últimos datos obtenidos a través de Selligent Universal Consumer Profiles.



CONEXIONES MÓVILES

Llega a los consumidores en el momento adecuado a través de la app, mensajes de texto y notificaciones push con contenido relevante y en tiempo real.



ENGAGEMENT PERSONALIZADO

Realiza acciones de email, en la página web y personaliza las compras de acuerdo a los últimos datos de perfil y de comportamiento.



CONTENIDO DINÁMICO

Actualiza los mensajes en el momento de la apertura para responder siempre a la situación actual y a las necesidades del cliente.



RELEVANCIA IMPULSADA POR LA AI

Crea consejos de compra personalizados, sugerencias de productos y ofertas especiales con una IA específica de marketing llamada Selligent Cortex.

Mira el actual escenario de marketing como una oportunidad para cultivar relaciones de consumo más auténticas. **Aprende más sobre el Marketing centrado en el cliente en la "nueva normalidad" descargando nuestro más reciente whitepaper.**

