

Expertos del GPHCC en el Manejo de la Crisis del Virus COVID-19

Miembro del GPHCC Maria Cristina Rios, Consultora de Mercadeo y Comunicaciones.

Correo: mcrios@rarworld.com

Cómo hacer mercadeo de tu negocio durante el COVID-19

A medida que Filadelfia pasa por un distanciamiento social, podrías preguntarte: ¿sigue siendo un buen momento para seguir con tu campaña de mercadeo? Aquí están algunas de las estrategias claves e inmediatas que pueden ayudar a tu negocio a mantenerse relevante y en la mente de la gente.

Reconsidere su campaña actual. Los mensajes son importantes durante este tiempo e ignorar las condiciones actuales, no es buenmarcado para tu negocio. Considera lo que es importante para tu cliente actualmente: si tienes una tienda o bodega, ¿tienes servicios de entrega? ¿Qué medidas estás tomando para asegurar la limpieza? ¿Cambiateelhorario como resultado de la pandemia? Pospón las promociones o campañas que no tienen sentido en este momento a otro trimestre si hasproducido activos dedicados. En su lugar, encuentra el mensaje adecuado para tu cliente y acláralo con toda la información que puedas dar sobre la situación actual de tu negocio, basándote en las recomendaciones del gobierno.

Usa tus propios canales para hacer correr la voz. Tus clientes ya visitan tu sitio web, página de Facebook y ojalá estén suscritos a tu boletín de noticias. Estos tres puntos de comunicación son vitales para hacer llegar tu mensaje. Úsalos como tu primer punto de contacto y actualiza las comunicaciones constantemente. Cuando no estésproporcionandonotificaciones sobre tu negocio, aprovechatu audiencia cautiva con tiempo para leer contenido acerca de tumarca y negocio. ¿Qué es el contenido de marca? La propuesta de valor para tus clientes. Recuérdalesporque te buscaron en primer lugar y por qué se convirtieron en clientes.

Piensa virtual y cambiaa online. Reasignalos presupuestos a las plataformas en línea y a las compras en redessociales cuando sea posible, para captar a tu cliente durante el tiempo de inactividad que resulta de la aplicación de medidas de trabajo desde el hogar. ¿Qué se puede hacer en línea en vez de una visita en persona? ¿Puedes transmitir tu taller/conferencia en un

seminario web o podcast en lugar de cancelarlo? El cambio a internet también ayudará a los negocios minoristas, especialmente si se ofrece envío o entrega.

Lo más importante es que seas AUTENTICO, no oportunista, para crear una asociación de marca positiva. Los clientes y prospectos recordarán como tu negocio se comunicó con ellos durante este tiempo.