

MARKETING EN LA NUEVA NORMALIDAD



3E

MODELO
DE GESTIÓN PARA
EL EMPRENDIMIENTO



RAÚL
SALGADO



Estamos superando los 100 días desde que el gobierno declaró el aislamiento social obligatorio, desde ese momento nos encontramos en nuestros hogares adaptándonos a una nueva forma de convivencia social y comercial. La mayoría de nosotros estamos aprendiendo a utilizar herramientas tecnológicas que antes no eran necesarias para las labores que realizábamos.

Parece que fue ayer cuando diariamente nos preparábamos para salir a trabajar, algunos desayunábamos en compañía de nuestros hijos y luego -aquellos que teníamos suerte- los acompañábamos al colegio, compartiendo su alegría en el camino. Otros aprovechaban las primeras horas del día para preparar sus alimentos y muchos de ellos salían de casa con su lonchera bajo el brazo.

Salíamos a las calles y nos encontrábamos con un tránsito muy congestionado, las calles estaban llenas de gente y veíamos paneles publicitarios en el camino que buscaban capturar nuestra atención.

Llegábamos al trabajo y nos encontrábamos con nuestra segunda familia, un equipo de personas con quienes compartíamos al menos 8 horas del día, nos juntábamos en las mañanas para un compartir y siempre nos apoyábamos en las labores de cada uno. Escuchábamos sus historias y buscábamos la forma de poder apoyarlos. Sin pensarlo, adoptábamos algunos productos preferidos por ellos y los llevábamos a nuestra vida.

Probablemente, lo que más extrañamos son las risas de nuestros amigos, la alegría de haber realizado un gran trabajo - que se veía reflejada en la sonrisa de un cliente - o, tenderle la mano a una persona cuando lo requería.

Hoy la situación cambió, y la forma de convivir en los próximos meses también, ahora un sentimiento de preocupación nos vuelve más cautos, adoptando nuevos hábitos que permiten cuidarnos y proteger a nuestras familias. Evitamos salir de casa, a menos que sea estrictamente necesario y tomamos el menor contacto posible. Luego, al regresar nos sometemos a un protocolo de limpieza para no contaminar nuestros hogares.

Nos encontramos a la espera del anuncio del fin de la pandemia, sin embargo, pareciera que este hecho tomará algunos meses. Este es el escenario donde nos encontramos.

Durante estos días han ocurrido muchas cosas más, las empresas han tenido que llevar las oficinas a las casas y ahora la mayoría gestiona el negocio con herramientas virtuales, las clases escolares y superiores también han tenido que reinventarse, adoptando un sistema que antes no era reconocido por el sistema educativo. Algunas familias se han visto obligadas a adquirir nuevos equipos tecnológicos, nuevos planes de internet, entre otros.

El consumo de internet promedio se ha multiplicado y el uso de redes reemplazó en parte la comunicación con nuestro entorno. Esta situación nos ha obligado a salir de nuestra zona de confort y cambiar.

Ahora, muchos de nosotros estamos ubicándonos en una nueva zona de confort, esta zona nos marca comodidad en aspectos que antes ni siquiera evaluábamos al momento de tomar una decisión de compra. Por ejemplo, si antes esperábamos el fin de semana para salir a comer con la familia, ahora, esperamos el fin de semana para pedir comida a domicilio y ver una película en casa. Antes preparábamos nuestro atuendo para salir a trabajar, ahora buscamos estar cómodos al lado de la computadora. Antes salíamos a comprar frecuentemente a los centros comerciales, ahora hemos aprendido las ventajas de comprar por internet.

El mundo cambió y el mayor beneficiado ha sido el mundo virtual. Hemos aprendido en 100 días más de lo que debimos aprender naturalmente en los próximos 5 años.

Es prioridad para las empresas entender que no podemos seguir haciendo lo mismo. Durante los próximos meses tendremos un flujo de personas saliendo a las calles, sin embargo, el consumo en los lugares físicos no será el mismo. Los negocios tendrán que adaptarse a tener un aforo menor, deberán evaluar si con este nuevo ingreso el negocio podrá sobrevivir. Deberán además reinventarse y buscar nuevas alternativas que le permitan obtener los resultados que habían propuesto para el futuro.

Con mucha alegría vemos que este cambio empezó, vemos pastelerías convertirse en markets, empresa de turismo en Courier, restaurantes que se encuentran innovando para entregar una comida pre cocida, que se pueda colocar unos minutos al horno y pueda degustarse con una experiencia muy cercana a la vivida en su local. No hay marcha atrás y los primeros en aplicarlo tendrán una gran ventaja.

La forma de comunicar cambió y la forma de brindar una experiencia al cliente también, ahora las empresas deberán enfocarse en la generación de contenidos, con mayor inversión publicitaria virtual. Es lógico, porque al tener un menor flujo de clientes en sus empresas esta experiencia se verá limitada.

Debemos tener en cuenta que esta crisis ofrece una gran oportunidad. Muchas empresas al ver reducidos sus ingresos, reducen sus egresos, incluyendo la inversión en comunicación. Esta acción hará que sus clientes no los tengan presentes, dejando de comprar. Debemos incluir en nuestro presupuesto empresarial una propuesta de comunicación adaptada a esta nueva normalidad.

El marketing tiene muchos retos, deberá acercarse a los clientes para conocer cuáles son nuevas necesidades y deseos, luego deberá reinventarse, adaptar sus productos a esta nueva situación, adoptar nuevos protocolos de bioseguridad, desarrollar sistemas de entrega y un reforzado servicio post venta, acompañado de una inversión en comunicación inteligente.

Recuerden, todo el trabajo que hacemos suma para generar valor de marca.



Visita nuestros canales de comunicación:



https://www.youtube.com/channel/UC-RROa73Ir0ci88Sfx3aCIQ?view_as=subscriber



<https://www.facebook.com/Ra%C3%BAI-Salgado-Asociados-223504395710378/>



https://www.instagram.com/raul_salgado_y_asociados/



raulsalgadoyasociados@gmail.com.