

MARCAS

DESPUÉS DE LA

PANDEMIA

RETOS Y OPORTUNIDADES

LIC. ELSY SERPAS M.B.A.

EL COVID-19... QUE HEMOS VIVIDO

AMERICA LATINA

El Salvador se declara en cuarentena ante pandemia del COVID-19

Bukele ordenó paralizar todas las actividades educativas, así como el ingreso de personas extranjeras que no sean residentes o del cuerpo diplomático.



Temas [Bukele](#), [Nayib](#), [Solo noticias](#), [Coronavirus](#), [América Latina](#), [El Salvador](#)

Palabras clave [El Salvador](#), [Nayib Bukele](#), [COVID19](#), [coronavirus](#), [pandemia](#), [América Latina](#), [Latinoamérica](#), [noticiasdw](#)

[✉ Consultas y observaciones](#)

Imprimir [🔗 Imprimir esta página](#)

Enlace permanente
<https://p.dw.com/p/3ZG1y>



REALIDAD ACTUAL

- **Emergencia Nacional** (COVID 19)
- **Cuarentena obligatoria** (más de 75 días)

INCERTIDUMBRE / MIEDO

Consecuencias:

- Cierre de empresas
- Cese de contratos
- Despidos/vacaciones
- Disminución de la capacidad productiva

QUÉ O CÓMO NOS SENTIMOS



¿Y QUÉ SUCEDE CON LAS MARCAS?

LAVANGUARDIA | La Covid-19 'rompe' los logos de las grandes marcas para ganar distancia de seguridad



1/5 - Mercedes Benz ha querido sumarse a la labor de concienciar por guardar la distancia por el coronavirus y ha decidido que su estrella emblemática ya no tenga contacto con el círculo que la sostiene (Mercedes Benz)

LAVANGUARDIA | La Covid-19 'rompe' los logos de las grandes marcas para ganar distancia de seguridad



2/5 - Coca Cola ha jugado con su imagen tradicional para reforzar el mensaje sobre la necesidad de guardar una distancia sanitaria (Coca Cola)

SE HAN ADAPTADO



Thanks for keeping your social distance

La marca alemana Itz publicado en su cuenta de Twitter un video en el que defienden la necesidad del compromiso global y el esfuerzo para superar cualquier crisis (Volkswagen Twitter)



**KEEP
DISTANCE**

El fabricante alemán de automóviles de alta gama también ha querido reflejar la importancia de quedarse en casa y distanciarse durante estos días (Audi Twitter)

SE HAN REINVENTADO

QUÉ ESPERAMOS

“Durante las crisis, las empresas tienen que asumir el reto de fortalecer más sus vínculos con la ciudadanía”,
afirma Enrique Martín, Research & Strategy director de Rebold.

QUÉ DEBEN HACER LAS MARCAS

REINVENTARSE...

Cómo?

- Revisar su esencia y estrategia
- Reforzar el mensaje(discurso)
- Servicio al consumidor y
- Servicio a la ciudadanía

Afirman que durante la cuarentena actual, las empresas deberían estar activas: comunicando todas sus acciones, desde la empatía, la solidaridad y el servicio, sin perder su identidad de marca.

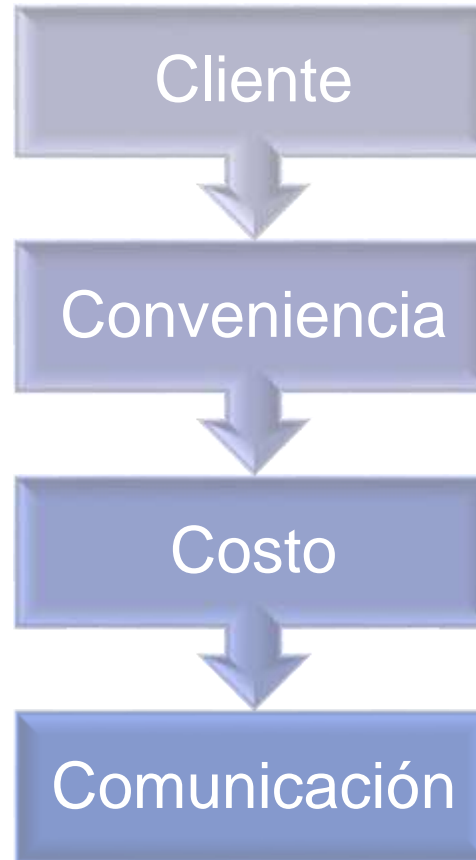
ESENCIA DEL MKTING DE UNA MARCA

4P



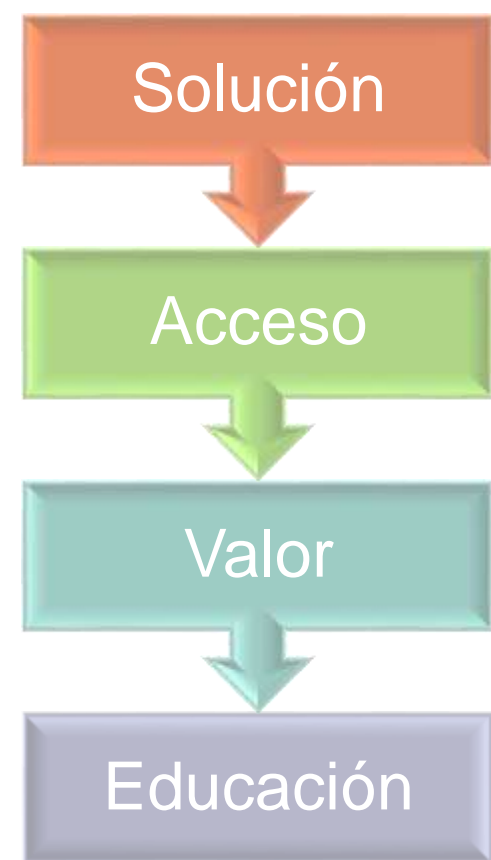
**Enfocado 100%
en la marca**

4C



**Enfocado 100%
En el consumidor**

SAVE



**Equilibrio entre marca
y consumidor**

REFORZAR EL MENSAJE

- Adaptando el logo
- Potenciando hashtags para extender las medidas de control y frenar la curva de expansión, etc.
- La marca **se debe situar al lado del consumidor.**

¿Cómo?

Con mensajes optimistas, que transmitan sensación de alegría y calma: mensajes no oportunistas.

The image shows a screenshot of the NIVEA website. At the top, there is a dark blue navigation bar with the NIVEA logo on the left and menu items: PRODUCTOS, RECOMENDACIONES, DESTACADOS, MUNDO NIVEA, AVISO LEGAL, and CONTACTO. Below the navigation bar is a large banner featuring a collage of photos showing people in various settings, including a person holding a 'HAPPY' sign. The banner contains the following text:

#ShareTheCare #PequeñosDetalles

Un gran **#PequeñoDetalle** es ayudar a quien no puede estar cerca.

Estamos regalando **llamadas o mensajes ilimitados en México hacia más de 40 países por 3 días** sin necesidad de contar con saldo o conexión a internet.

CONTÁCTALOS

SERVICIO AL CONSUMIDOR

- Ofrecer contenido gratuito
- Descuento o aplazamiento de pagos
- Alianzas con influencers, con los que se tengan acuerdos que generen contenido para acompañar a las personas durante la cuarentena, etc.

Cómo conseguir los GB gratis que están regalando Movistar, Vodafone y Pepephone por el coronavirus



CH LO ÚLTIMO TECNOLOGÍA ENTRETENIMIENTO GAMING LIFE PRODUCTOS

Telefónica y O2: más GB y más Movistar+

El CEO de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, ha anunciado en su [cuenta de Twitter](#) medidas pensadas para los empleados de la compañía y para los clientes. Los primeros podrán teletrabajar y los segundos contarán con un aumento de la cantidad de datos disponibles, además del contenido en sus plataformas de vídeo.

Por su parte, Telefónica está ofreciendo **hasta 30 GB adicionales cada mes** a todos los clientes de Movistar y Movistar Fusión, totalmente gratis y durante los **próximos dos meses**. No se aplica automáticamente, **es necesario activarlo** como podéis ver a continuación desde la app Mi Movistar desde la que los clientes pueden controlar los productos contratados, incidencias en la red, etc. Inmediatamente se podrá disfrutar de esos gigas extra.

SERVICIO A LA SOCIEDAD

- Si las marcas que detienen su sistema de producción y lo ponen al servicio de la ciudadanía fabricando productos esenciales para combatir la crisis, como Inditex, Seat, etc. En nuestro país las maquilas se transformaron para crear ese tipo de productos: ADOC, HANES, TEXTUFIL, entre otras.
- Las marcas consiguen ser empáticas y próximas a la situación en cada momento; con acciones sinceras y creíbles.



Isabel Díaz Ayuso 
@IdiazAyuso

La Consejería de Educación ha organizado un dispositivo para que, a partir de mañana, los 11.500 alumnos que tenían precio reducido de comedor por percibir la RMI, puedan recoger su comida en los locales de Telepizza.

Informaremos en cuanto nos autorice el Ministerio de Sanidad.



EN RESUMEN

- **Empatía**
- **Impactar nuestro metro cuadrado**
- **Acompañar, responder, servir y ayudar al consumidor**
- **Planificación financiera**
- **Aprovechar oportunidades, sin ser OPORTUNISTAS**
- **No abrumarse con la inmensidad de información o noticias**
- **Valorar los cambios en nuestro segmento de mercado**
- **Proyectar los cambios en el consumo**

¿CÓMO REINVENTAR TU MARCA DURANTE LA PANDEMIA?

La cuarentena ha cambiado las rutinas cotidianas de la población de forma inédita, por ello, **las marcas tienen que reinventarse y ofrecer alternativas a sus consumidores.**

- **Caso OREO**

Algunas estrategias que ha utilizado esta marca son:

- 1. Promueve una estrategia integral para convertir los momentos en familia en episodios de diversión y aprendizaje.**



2. Desarrolla un plan para compartir con tus consumidores. Recetas y webinars impartidos por chefs son de gran interés actualmente.



3. Utiliza el e-commerce, pero ten siempre presente qué es lo que tus consumidores quieren.





Una mirada a los restaurantes



Oficinas



Salones de belleza

G r a c i a s

