



2020 - El año del cambio

FIDELIZACIÓN Y CONEXIÓN CON EL CLIENTE

Fernando Rivero
Director General
Ditrendia

¿Cómo has vivido este año? ¿Has tele-trabajado?

Con preocupación, pero afortunadamente con mucha normalidad. Llevamos teletrabajando desde hace 15 años.

¿Qué acciones, en general, destacarías como relevantes que hayáis llevado a cabo en tu empresa?

Hemos hecho acciones de comunicación con clientes y amigos para agradecerles estar siempre allí con nosotros.

Desde el punto de vista de marketing, ¿Qué acciones relevantes destacarías que hayáis llevado a cabo en tu empresa?

Hemos hecho una acción de prospección comercial a través de vídeo, para tratar de acercarnos en estos momentos de distanciamiento.

¿Crees que se han visto afectados los presupuestos de marketing?; ¿en qué medida?, ¿en qué apartados principalmente?

Algunos clientes sí que nos han trasladado que han tenido reducciones de sus presupuestos de marketing.

¿Qué estrategias consideras que en una "nueva normalidad", deben de llevar a cabo las marcas para ser relevantes? y en tu empresa, ¿qué nuevas estrategias tenéis en mente?

Creo que es momento más de fidelizar que de captar, así que, en mi opinión, todo lo que se pueda hacer para mejorar la experiencia digital (y móvil) de los clientes actuales, es algo en lo que se deberían centrar las empresas ahora.



¿Consideras que el consumidor ha cambiado sus hábitos? y si es así, ¿qué destacarías como diferente? y ¿Cómo tienen las empresas que adaptarse a esos cambios?

El consumidor se ha digitalizado más si cabe, así que debemos tener en cuenta que sus expectativas digitales han aumentado. Las empresas deberían tomar consciencia de que se les compara con el resto de aplicaciones móviles que usan en su día a día.

La llamada transformación digital, se ha convertido más bien en una adaptación rápida para algunos para poder adecuar tanto operatividad interna como su relación con los clientes. ¿qué destacarías sobre este punto? ¿qué tecnologías crees que han llegado para quedarse y cuales son las que se van a ver reforzadas?

Digitalizarse no es poner en digital nuestros procesos actuales. Debemos repensar desde cero nuestros procesos en el ámbito digital para dar una gran experiencia a nuestros clientes. Las tecnologías de vídeo creo que están aquí para quedarse, así que tengamoslas en cuenta en nuestros procesos de acercamiento a los clientes.

¿Crees que el tejido empresarial esta preparado para la adopción rápida de esta transformación tecnológica?

España es un país de Pymes, y en general no creo que muchas de estas empresas estén preparadas.

¿Qué tendencias crees que se verán en las acciones de marketing de las empresas? ¿cómo ves el marketing del futuro?

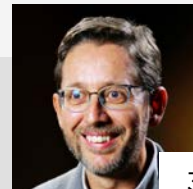
Más centradas en el ámbito digital, ya que los clientes es donde están.

¿Qué sectores crees que se verán más afectados en esta "nueva normalidad"? y ¿de qué manera?

Los sectores turísticos, culturales, de eventos... todos aquellos que se realicen en espacios cerrados, con mucha interacción de personas. Creo que serán los más afectados, ya que costará recuperar la confianza respecto a la seguridad.

En esta "nueva normalidad", ¿qué crees que se le demandará al profesional del marketing?

Mirada empática hacia los clientes, capacidad de reacción y adaptación, creatividad, ayuda a conseguir los objetivos de negocio.





mmaspain.com
mmaglobal.com

info@mmaspain.org

