

E-BOOK

**“CÓMO NO DEJAR MORIR E
IMPULSAR TU EMPRESA
DURANTE Y DESPUÉS DEL COVID-19”**

por
Paloma Relloso

ÍNDICE

4. Introducción

7. ¿Por qué compramos?

11. La base de una campaña es conocerte

- a) Objetivos
- b) La primera impresión
- c) Quién me compra

13. Marketing digital durante y después del COVID

16. Redes sociales

- Facebook
- Instagram

21. Google

23. Comentarios finales

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Estamos pasando por un momento que no hubiéramos imaginado vivir nunca, la situación económica es incierta, el modelo económico puede cambiar para siempre a partir de esto, realmente no sabemos con certeza lo que nos depara el destino, pero de algo si estoy segura: ***El comportamiento y decisiones de compra de los seres humanos será online hasta que inventemos otra cosa.***

Me atrevo hacer tal afirmación porque llevando 3 semanas en cuarentena donde desaparecí prácticamente de mis redes (creo que tiendo a aislarme cuando estoy en momento muy difícil como este) donde mis clientes, ustedes, yo, todos estamos sufriendo y preocupados por lo que está pasando y no sabemos cuanto va a durar, **descubrí que todos tenemos una gran oportunidad, las crisis son oportunidades.**

Bueno , este e-book tiene como propósito no sólo cómo actuar en momentos de crisis, sino es un pequeño vistazo a cómo funcionamos cuando compramos y si entendemos como funcionamos cuando compramos entonces es más fácil vender ¿no?

También quiero recalcar que este escrito es especialmente dedicado a PyMes y emprendedores que justamente son quienes más trabajo tenemos para salir lo mejor posible de esto, algunas personas no entiende que las Pymes generan muchos empleos y dinero para México, mucho más que otras industrias; desgraciadamente seremos los más raspados.

Antes de comenzar quisiera disculparme ya que este escrito lo pienso hacer en sólo 5 a 7 días, con niños corriendo a mi alrededor y por lo tanto no tendré tanta corrección de estilo ni nada sofisticado, **lo quiero sacar porque es el momento perfecto, creo que los tiempos tienen gran injerencia en los resultados, si haces las cosas con antelación, en el momento correcto, es como ir un paso adelante.**

En fin espero este escrito pueda ser de ayuda en mayor o menor proporción para ti y tu negocio.

INTRODUCCIÓN

Te platico un poco más de mi:

Soy Paloma Reloso, directora general de PAREMarketing, empresa dedicada a Consultoría y Marketing Digital Integral; desde el 2007 nos dedicamos a crear estrategias de marketing, campañas de publicidad, construcción de marca y diseño, y 6 años especializados en marketing digital para Pymes y personas.

Hemos trabajado para más de 100 empresas, en Acapulco, Cancún, CDMX, Puebla, Querétaro, Houston y Malasia.

He dado clases en universidad, cursos a empresas, diplomados y maestrías, he impartido conferencias en universidades, coaching a empresas y con la agencia hemos gestionado más de 100 proyectos con éxito.



¿POR QUÉ COMPRAMOS?

¿POR QUÉ COMPRAMOS?

Creo que ahora más que nunca y en carne propia nos damos cuenta que no necesitamos de tantas cosas para ser felices, pero si analizas, antes de todo esto comprabas no porque hicieras un análisis objetivo y racional sobre el producto, sino porque tienes una conexión emocional con el producto o servicio y entonces crees que lo necesitas.

El mejor ejemplo es cuando queremos comprar un teléfono, en realidad tu SI necesitas un teléfono y SI necesitas que sea un Smartphone porque vivimos en una era digital, probablemente también necesitas que tome buenas fotos.

Prácticamente casi todas las marcas cumplen con estas especificaciones pero **tú eliges una marca frente a otra por el simple hecho de que tienes una conexión emocional con ella.**

Normalmente compramos por moda, necesidad de encajar o cumplir expectativas sociales (aunque digas que no) o porque tenemos algunas carencias emocionales y hay que llenarlas. Ojo, no estoy cuestionando nuestra inteligencia pero es la verdad. El 90% de nuestras compras son emocionales y no lo digo yo, son estudios de gente experta y líderes de opinión sobre el tema.

También hago estas afirmaciones en términos generales y de comportamiento de compra para que no se me ofendan, hay excepciones.

Después que esto del COVID-19 pase, todo va a cambiar y verás que la gente empieza a echarle más coco a lo que compra por lo menos en los próximos 2 años y si no tenemos una identidad clara o algo que ofrecer que realmente aporte un valor agregado de entrada creo que no aguantaremos la transición.

¿POR QUÉ COMPRAMOS?

Te comparto la pirámide base para mi para el éxito de cualquier negocio en términos de marketing digital:



Antes que cualquier campaña o estrategia de redes, tienes que tener un buen producto o servicio, si no ofreces algo mejor que tu competencia y que realmente aporte valor a las personas es lo primero en lo que tendrás que trabajar, renovar o reinventar tu empresa.

Si consideras que estás al tiro con tu producto o servicio entonces ya estamos del otro lado.

Un buen ejercicio en este momento es pensar que estás empezando de cero, porque recuerda que de verdad la gente va a cambiar sus decisiones de compra, tanto por la crisis económica que está y resulte de todo esto y también porque créeme que en este momento ya sabes que no necesitas de tanta cosa. (eso es algo bueno que nos trae el coronavirus como sociedad pero a las marcas nos dará dolores de cabeza por que salir de tu zona de confort duele)

Una manera de renovar tu empresa es haciéndolo contigo, aprovecha este tiempo para cuestionarte, para ir adentro, estoy segura que cuando nos reinventamos y ajustamos algunas tuercas y tornillos que claro que duelen e incomodan, pero son positivas a corto plazo, te darás cuenta que lo de afuera comienza a funcionar diferente y generarás cambios positivos.

¿POR QUÉ COMPRAMOS?

Vámonos a algunos conceptos que son pilares y que es un buen momento para analizarlos y cambiar.

Te comparto algunas preguntas que debes hacerte y que te ayudarán a reflexionar

Preguntas para tu empresa

1. ¿Por qué empezaste tu negocio?
2. ¿Cual es la necesidad que cubre tu producto o servicio?
3. ¿Cual es tu diferenciador único?
4. ¿Cómo es que tu producto impacta a tu cliente a un mayor nivel?
5. ¿Cuáles son los elementos negativos de tu producto?
6. ¿Cuales son las objeciones usuales para que el cliente no compre tu producto?
7. ¿Qué pierde tu cliente si no te compra ahora mismo?
8. ¿Qué le preocupa a tu público objetivo?
9. ¿Quién es tu competencia?

**LA BASE PARA UNA
CAMPAÑA ES
CONOCERTE**

LA BASE PARA UNA CAMPAÑA ES CONOCERTE

a. Objetivos: Es súper importante establecer objetivos alcanzables, cada campaña que hagas, cada publicación debe tener un objetivo, puede ser de lanzamiento, posicionamiento de un producto nuevo, alguna promoción. Esto es básico porque podemos medir, en marketing digital todo se mide, pero si no tienes claros los objetivos no podrás medir resultados. No se vale publicar por publicar.

b. La primera impresión: Es súper importante que la imagen de tu marca sea consistente con lo que ofreces, tan fácil, si vas caminando y ves un letrero que diga “tacos” y el letrero está súper nice automáticamente pensarás que es caro y a algunas personas hasta miedo les dará entrar... si tus tacos son para un estándar alto entonces está bien, pero si no son caros desde tu logo debes representar lo que vas a ofrecer, hasta el precio.

c. Quién me compra: Otro punto sumamente importante es que analices quien te compra, cual es su estilo de vida, forma de hablar, hasta qué come, a veces pensamos que si sabemos pero a la hora de meter anuncios no segmentamos bien y en la estrategia de comunicación noto falta de conexión con el público, ahí es cuando me doy cuenta que no conocemos a nuestros clientes.

No importa la crisis que estés viviendo

Teniendo claro quien eres, lo que quieres y a quién le hablas entonces si estamos listos para entrar en la parte buena de todo esto, cómo llevar tu estrategia de marketing digital durante el COVID-19 y de aquí pal real.

MARKETING DIGITAL DURANTE Y DESPUÉS DEL COVID

No todos los medios de marketing digital son para todos, elegir la mejor para ti te ahorrará mucho dinero y trabajo, lo que si te digo es que en todos los casos debes tener una tienda en línea, vendas lo que vendas.

Como te decía al inicio el comportamiento de compra de los seres humanos será mas online que nunca, la gente confiará mucho más en las tiendas en línea y se sentirá más cómoda comprando así.

Aquí quisiera citar un artículo que escribí donde te darás mucha idea de lo que debe tener tu página web para que realmente funcione:

1. Tiene que tener un objetivo- pregúntate para que quieres tu página, no es sólo por tenerla, puede ser: para que coticen un servicio, vender productos, mostrar proyectos, etc. Con base en esto creas su estructura.

2. Cuando alguien ingrese a tu página y la vea por 5 segundos debe saber perfecto el rubro de la empresa- es muy común que las páginas no reflejen lo que venden o el servicio que brindan desde la primera impresión fomentando abandonos. Te sugiero dejar claro esa parte mediante imágenes o textos en el home muy claros, que hablen de lo que haces.

3. Que encuentren lo que busquen desde el home- Es sumamente importante que desde el home las personas sepan quien eres y lo que ofreces, crear una estrategia de arquitectura de la página va a definir en un gran porcentaje que la gente se interese por tu empresa. “Todo a un clic de distancia”

4. Datos de contacto visibles- Es muy desesperante que intentes contactar a una empresa y no encuentres el teléfono, correo o algún medio para ello, sugiero poner fijo en el footer toda la información de contacto.

5. Métodos de pago, y envíos seguros y rápidos- Esto aplica para tiendas en línea, pero debes tener todos los métodos de pago que puedas para que no sea una barrera para la venta y también envíos seguros; te sugiero poner los logos de las empresas con las que tengas alianza para generar mas confianza.

MARKETING DIGITAL DURANTE Y DESPUÉS DEL COVID

Así que el primer paso es no conformarnos con una página con un texto que cumpla, sino ir más allá y realmente crear una experiencia con tu marca, no te conformes con tus pedidos por Instagram a nivel local, vamos a pensar a nivel global, podrías vender fuera de tu localidad.

Escucho a diario gente que cuando les digo estos tips me dicen: pero igual y no tengo la capacidad de vender fuera, que tal que no puedo mandar todos mis pedidos, ante esto les digo: primero lánzalo y luego resuelves, al final es salir de tu zona de confort y a arriesgarse a la vida.

Crear una página que venda debe tener una estrategia de experiencia de usuario, cuenta hasta el color del botón que pongas, lo digo literal.

REDES SOCIALES

REDES SOCIALES

Estamos en cuarentena y la gente está más que nunca conectado a sus redes y recibiendo información, para los que no sepan Facebook e Instagram marcan sus precios según el dolar y está carísimo, pero tienes que apostarle, invierte la mitad de tu presupuesto usual en ads o lo que puedas, pero no lo quites, porque bajarás mucho tu alcance.

Si sólo publicas sin impulsar tu alcance con anuncios pagados créeme que tu alcance orgánico (sin pagar) irá bajando por el algoritmo de interacción de Facebook.

Aunque tu negocio esté parado es momento de generar branding y awareness con tu marca, te recomiendo generar contenido que sea positivo y alentador para la gente, con ello no olvidarán tu marca y conectarán con tus mensajes.

1. **Aporta algo a la gente:** dona, genera contenido gratis que haga darle la vuelta al momento tan angustiante que pasan todos con consejos alentadores, aporta información, clases gratis, ideas, pero siempre en positivo.

2. Si eres un restaurante o vendes productos **genera confianza:** comida a domicilio, recetas, crea la necesidad de que con tu producto o servicio la gente la pasará mejor y saliendo se todo esto, recordarán lo que hiciste por ellos, en muchos lados veo muchas campañas lindas con mensajes alentadores, gente donando y aportando algo, y recuerdo las empresas que lo hicieron, seguramente tu también.

3. **No intentes vender tus productos de la misma manera que siempre, adáptalos a la situación,** encontrar su utilidad en este momento, crea servicios para pasarla bien estando en casa. Por ejemplo: si vendes miel de abeja, porque no vender tu miel con un recetario para preparar algo para los niños, abrir un canal de recetas, de información sobre los beneficios de la miel, etc. El chiste es ofrecer más y adaptarlo al momento, entonces la gente conectará más contigo y después de todo esto seguramente sentirá lealtad hacia a ti.

Es como cuando alguien se porta bien contigo en un momento difícil de tu vida, te acompaña de manera especial, nunca lo olvidas, así pasa también

REDES SOCIALES

con las marcas, si sólo desapareces perderás mucho enganche emocional que estarán ganando otros.

Si no logras vender ahorita no pasa nada, la gente recordará que estás ofreciendo cosas positivas y cuando decida usar tu producto de nuevo estarás en su lista de favoritos.

Por ejemplo en estos momentos he visto algunos instructores de yoga aportando con clases gratis, aunque no las pueda tomar ahora, cuando requiera una clase, seguramente voltearé a ver a quienes recuerdo que están aportando porque me parece padrísimo que quieran ayudar y eso conecta conmigo y con el 85% de las personas.

Si cerraste no desaparezcas, ofrece ideas, recetas, clases, cualquier cosa que se te ocurra y que aporte algo a esta situación.

4. Pide opiniones a tus clientes post-compra- Esto es súper bueno, la gente cuando compra online se basa mucho en las opiniones de las personas que ya han tenido una experiencia contigo, si pides que opinen ayudará mucho a la decisión de compra, puedes regalarles algún cupón a cambio de su opinión, siempre honesta claro) en tu página y en tus redes sociales.

5. No uses Facebook e Instagram igual- Muchas publicaciones aplican para las dos redes pero recuerda que face e insta son cosas diferentes y funcionan diferente.

Facebook - Se ha convertido en una plataforma para consumir contenido, ahí lo ideal es poner blogs (los cuales deben estar en tu página web, y compartidos en fb, te ayudan a posicionarte en google con palabras clave y provocamos que al leerlos nos hagan una visita online y conozcan más de nosotros, ahí la importancia de tu página web es como tu tienda u oficina en el mundo virtual)

Puedes postear también en face: infografías, videos, animaciones e imágenes con contenido que no necesariamente sea con la intención de vender, de hecho generarás más tráfico orgánico de gente que realmente está conectando contigo, no todo es ventas.

REDES SOCIALES

Lo importante es que todo lo que compartas si tenga tu identidad corporativa gráfica y un diseño lindo.

Primero se requiere una conexión, y de ahí se crea el embudo de ventas en facebook con algunos pasos súper efectivos que no nos dará tiempo de tocar aquí.

Instagram- Instagram es una plataforma que te ayuda a que la gente conozca lo que haces, tu intimidad, quitándote la máscara por así decirlo, ahí sigue subiendo historias con mensajes positivos, muestra como sigues trabajando y que estás aportando.

Instagram tiene mucho éxito por dos razones:

1. Las personas son visuales e Instagram inspira
2. A la gente le gusta que nos cuenten historias, por eso se crearon las historias

Y pues siempre estamos pensando en qué hacen los demás jajaja entonces las historias es un medio padrísimo para crear ads (anuncios) y mantener informado a tus seguidores de lo que haces, lo padre también de Instagram es que su algoritmo es más cronológico no tan castigado como Facebook en cuanto a alcance, por lo que es más probable que tus seguidores vean tus historias sin tener que pagar.

Te paso algunos tips de Instagram:

- 1. Pon una foto de perfil llamativa-** La foto de perfil de Instagram es muy pequeña si pones algo llamativo es más probable que nos volteen a ver.
- 2. Llena tu muro de imágenes que reflejen todo lo que eres-** no sólo lo que vendes puedes poner fotos, imágenes padres, que reflejen la personalidad de tu marca.
- 3. Siempre comenta y da like a tus seguidores-** nos ayuda a generar engagement

REDES SOCIALES

4. Contesta todos los mensajes y preguntas
5. Utiliza hashtags que sean acorde a tu giro
6. Siempre usa el hashtag de tu empresa
7. Publica varias historias al día todos los días

Si tienes productos, crea campañas de productos para que puedas medir cuales son los que mejor tienen aceptación, también puedes hacerlo en una campaña de google.

GOOGLE

Google- Google es otro tema y crear campañas requiere de mucha estrategia, siempre he dicho que el éxito de una campaña se mide 70% estrategia 30% herramienta, es decir, puedes ser experto en la herramienta pero si no tienes una buena estrategia no funciona, es como saber usar una olla express digital pero no tener una buena receta.

Les comparto algunos tips que pudieran servirles para cómo elegir su medio:

La publicidad debe centrarse en las personas no en los productos y servicios. Es decir, debemos estar presentes en la vida diaria y comportamiento de nuestro público.

Un ejemplo de ello es preguntarse sobre el proceso de compra que hacen las personas para elegir qué marca comprar:

1. Si es un producto o servicio que la gente busque porque desconoce a las empresas que lo brindan y además quiere comprarlo en línea, Google Ads es ideal.
2. Si necesitamos estar presentes y darnos a conocer para que sepan qué ofrecemos y por qué somos mejores, en ese caso recomiendo mucho Facebook e Instagram.

Google Ads es muy recomendable para tiendas en línea por ejemplo, ya que tenemos mucha probabilidad de venta porque las personas están buscando nuestro producto en internet, si logramos hacer una buena campaña podrás tener mucho éxito en tus ventas, te doy unos tips generales:

1. Crea tu campaña con base en objetivos (ventas, clics, etc)
2. Por favor no compres palabras que sean marcas o empresas competidoras, es una mala práctica y google se da cuenta.
3. No uses más de 20 palabras claves en promedio.

4. Optimiza tu campaña una vez a la semana.
5. Tu página debe estar actualizada para que a la gente le de confianza comprar, puedes poner una promoción del mes en curso o algo que haga saber que sigues vigente.
6. Utiliza paqueterías y formas de pago seguras y conocidas.

COMENTARIOS FINALES

Este pequeño ebook es para darte una idea general de lo que implica una estrategia completa de marketing digital recuerda que todos estamos trepados en la red todo el tiempo, aprovéchala y saca lo mejor de este momento.

Por mi parte deseo y estoy segura que saldremos de este bache, es cuestión de tener paciencia y enfocar todo a positivo, NO TE DETENGAS, no pares y lo tomes como vacaciones, reinvéntate desde el fondo.

Prueba nuevos productos, ideas, emprende al final no perdemos nada y siempre ganas o aprendes.

Espero este ebook te sirva, al final es lo que amo hacer y cuando haces algo desde el corazón no es trabajo.





Cursos y consultorías

 paloma@paremarketing.com.mx

 paremarketing.com.mx

 (744) 688 6445