



Canal de vídeo noticias por cortesía de agencia RoiPress

Seleccionar idioma ▼

miércoles, 29 de abril de 2020

La DEC apuesta por convertir la crisis actual de España en un hito memorable



| ROIPRES | ESPAÑA (EUROPA) - En la economía actual, diferentes estudios demuestran que las personas no solo compran productos y servicios, sino que además buscan vivir una experiencia al realizar esta acción. Pero, ante una situación como la actual, como es la crisis del coronavirus, en un estado de alarma donde la mayoría de la población se encuentra en cuarentena ¿cómo deben actuar las empresas? Para Nanes Martínez-Arroyo, directora de DEC, "se trata simplemente de ofrecer experiencias memorables, pero no sólo a tus clientes, sino a todos los ciudadanos, ya que estas acciones, en momentos tan duros, quedarán para siempre en el recuerdo, potenciando así la imagen de marca".

Para ello, se deben diseñar estrategias en las que las necesidades de las personas, en estos momentos difíciles, sean el centro de la empresa. Como están haciendo cadenas de supermercados, donde dan preferencia a las personas mayores para servirles a domicilio, o empresas que están ampliando el horario de los servicios de reparación de material informático o telefonía, para mantener la comunicación con sus familiares. Todas estas acciones están ayudando al ciudadano en su quehacer diario, ante este escenario de emergencia sanitaria.

En estas situaciones es donde se demuestra que el empleado es el mejor embajador de la empresa. Actualmente, gran parte de los empleados están realizando teletrabajo desde sus domicilios, con menos medios de los que cuentan en la oficina e incluso en un entorno familiar, son capaces de dar lo mejor de ellos mismos cara a sus clientes, solucionando problemas o ayudando a realizar gestiones que no habían realizado anteriormente, como está ocurriendo en la banca, en las compañías de seguros o compañías de suministro energético.

También es muy importante aprovechar la transformación digital para innovar y optimizar el servicio. En este sentido, destaca el conocimiento que tienen las empresas de los gustos y preferencias de sus clientes, que están sabiendo aprovechar para ofrecer actividades online, que antes se hacían de manera presencial. De ahí que a través de apps se estén realizando ejercicios para mantenerse activo en casa, o bien proporcionando consejos para hacer rutinas de belleza, o manualidades para hacer con los niños y mantenerlos distraídos,... y hasta un sinfín de propuestas que la tecnología nos ha puesto al alcance de la mano.

Nunca hay que olvidar que las campañas publicitarias y de comunicación tienen que ser coherentes con el posicionamiento y la promesa de marca. En situaciones de crisis, como la actual, es donde se demuestra el nivel de profesionalidad y honestidad de muchas compañías.

Y por supuesto, potenciar los momentos WoW. El momento WoW es un factor destinado a sorprender al cliente, a producir un efecto inesperado que le impresione de forma muy positiva. Y que muy probablemente lo recordarán y hablarán de forma proactiva, con muchos de sus amigos y conocidos durante bastante tiempo, señalando aquellas acciones solidarias y semi heroicas que han realizado algunas empresas en estos momentos difíciles para la ciudadanía.

En palabras de Nanes Martínez-Arroyo, "los momentos memorables son aquellos que consiguen llegar al "corazón" del cliente. La situación anómala que estamos viviendo es una gran oportunidad para que las empresas puedan demostrar su compromiso con la sociedad y los ciudadanos, quienes recordarán, sin duda, la labor que en muchos casos están realizando".

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC), nace en 2014 impulsada por 29 grandes empresas fundadoras, y actualmente cuenta con 150 socios corporativos de las principales marcas. Se trata de la primera asociación española que promueve el desarrollo de la Experiencia de Cliente como elemento diferencial de la estrategia empresarial, identificando las mejores prácticas, divulgando y fomentando nuevas metodologías y reconociendo a profesionales y empresas en la materia. Trabajan para ser la referencia de grandes empresas, profesionales y expertos en España y Latinoamérica. Además, se propone estimular a organizaciones y profesionales a compartir conocimientos y unirse a su desarrollo y formación en torno a esta nueva disciplina, para que un día todos sus socios sean reconocidos por entregar una experiencia única, diferencial y rentable que garantice su sostenibilidad y su crecimiento a largo plazo.

Lectores conectados

2 7 7 6 1

Suscribirse al resumen diario

Email address...

Las noticias más leídas



Inbonis Rating e Informa D&B se alían para desplegar la calificación crediticia de pymes en España
España (EUROPA) - INBONIS Rating, primera agencia de rating especializada en pymes de Europa, e INFORMA D&B S.A.U. (S.M.E.), filial de C...



Menamobel explica cómo diseñar un espacio adecuado para teletrabajar durante el confinamiento
/COMUNICAE/ Disponer de un espacio propio que invite a la concentración es fundamental para sentirse como en la oficina o como en el colegio...



Nace PURE NICHE LAB, la nueva web de cosmética nicho con marcas curadas por auténticos expertos
/COMUNICAE/ Como promoción de salida, los usuarios tendrán un descuento de 10€ en su primera compra superior a 50€ con el código HOLA10. Pu...



La disciplina de anticiparse al futuro
| ROIPRES | ESPAÑA (EUROPA) - La consultora BTS ha impartido su tercer seminario, una sesión virtual participativa y experiencial, de forma...



Repara tu Deuda cancela deuda pública y 235.057€ con 12 bancos mediante la Ley de la Segunda Oportunidad
/COMUNICAE/ El despacho de abogados ha incrementado en un 40% la contratación de nuevos clientes En plena crisis del coronavirus, el desp...



AleaSoft desarrolla con éxito el webinar sobre la Influencia del coronavirus en los mercados europeos
/COMUNICAE/ AleaSoft está llevando a cabo varias acciones para analizar el efecto del coronavirus en la demanda de energía y los mercados e...



KFC aporta 10 toneladas de alimentos a los Bancos de Alimentos para combatir el riesgo de exclusión derivado del COVID-19
/COMUNICAE/ En España los efectos del coronavirus han provocado un aumento en las últimas semanas del número de personas con necesidades al...



El sector náutico reclama que los usuarios de embarcaciones vuelvan a los puertos, según la FEAPDT
/COMUNICAE/ La Federación Española de Asociaciones de Puertos Deportivos y Turísticos asegura que los puertos tienen que estar entre las pr...

TALIO ofrece su planT, un webinar gratuito sobre Teleformación, Teletrabajo y Telerelaciones
/COMUNICAE/ Desde Talio, han lanzado un webinar de acceso gratuito, en el cual 5 expertos en la materia, darán una presentación de 10 minuto...



Aumenta la compra online de material de papelería durante el confinamiento del Covid-19, según Inforpapel
/COMUNICAE/ El teletrabajo y la educación a distancia de alumnos universitarios y escolares ha traído consigo un repunte de la compra onlin...