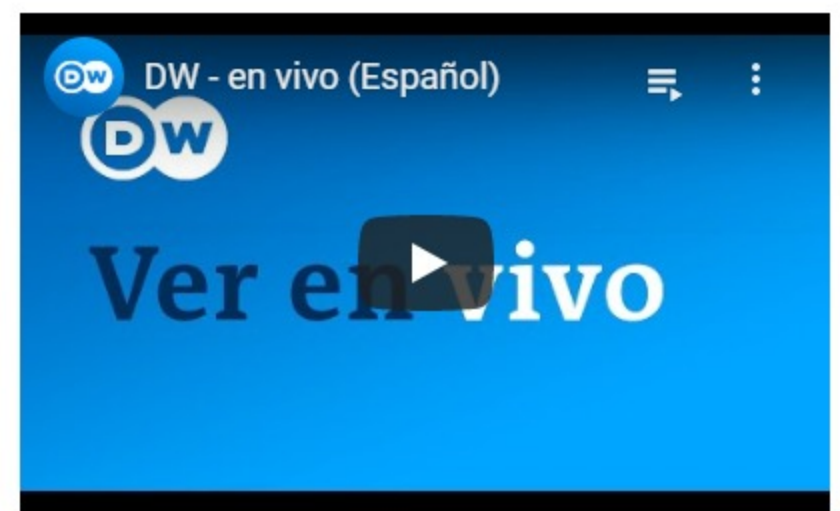


# Negocios DEL MUNDO



El diario internacional con las noticias del mundo empresarial



Canal de vídeo noticias por cortesía de la agencia RoiPress

Seleccionar idioma

SECCIONES	PORTADA	ÁFRICA	ASIA	AUSTRALIA	CANADÁ	CHINA	ESTADOS UNIDOS	EUROPA	LATINOAMÉRICA
PAÍSES ÁRABES	REINO UNIDO	ENTREVISTAS	COMUNICAE	Descargar App	Buscar noticias	NP			



VER PORTADA

Lectores conectados

4 7 9 7 5

SUSCRIBIRSE

Email address...

Submit

LO MÁS LEÍDO



Solán de Cabras colabora con la AECC en la carrera solidaria más larga de la historia

/COMUNICAE/ La tradicional Carrera En Marcha Contra El Cáncer, que este año celebra su séptima edición, tendrá lugar hasta el 25 de abril d...



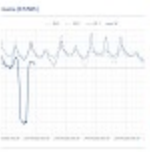
AleaSoft: La caída de la demanda y las tensiones geopolíticas entre las causas de los precios bajos del

gas /COMUNICAE/ Los precios en los mercados de gas europeos se encuentran en mínimos históricos al igual que los precios del petróleo. En ambos...



Las soluciones en la Nube, clave para la comunicación entre empresas y autónomos con la

Administración Pública /COMUNICAE/ Debido a la situación de confinamiento por el Estado de Alarma generado por el Covid-19, las soluciones en la nube se han confi...



AleaSoft: Tres días consecutivos con precios negativos en los mercados europeos por la eólica y la COVID-19

/COMUNICAE/ La combinación de una alta producción eólica, con una menor demanda eléctrica y precios más bajos de gas y CO2 que ha provocado...



La disciplina de anticiparse al futuro | ROI PRESS | ESPAÑA (EUROPA) - La

consultora BTS ha impartido su tercer seminario, una sesión virtual participativa y experiencial, de forma...



IQS ofrece "Masterclasses Virtuales y Open Sessions Digitales"

/COMUNICAE/ Se trata de sesiones online gratuitas en materias de Química, Marketing...

miércoles, 29 de abril de 2020

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



| ROI PRESS | 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".

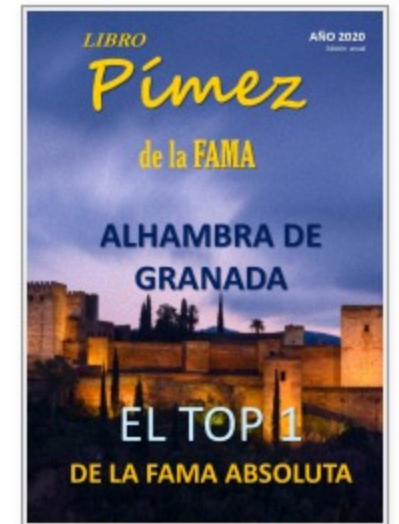
La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC), nace en 2014 impulsada por 29 grandes empresas fundadoras, y actualmente cuenta con 150 socios corporativos de las principales marcas. Se trata de la primera asociación española que promueve el desarrollo de la Experiencia de Cliente 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.

FusiónLab



Laboratorio de neuromarketing aplicado

Libro PÍMEZ de la FAMA [edición 2020]



Accede desde aquí al libro digital

Comunicación Empresarial



Disponible en España y Latam

Ciudad con Alma



Accede aquí a la edición online