

Marketing para comercios

Lista de mejores prácticas

La primera pandemia global de esta década ciertamente afectó a los consumidores, que se vieron obligados a modificar su comportamiento por temor, presión financiera y aislamiento personal. Los consumidores están valorando a las marcas que tratan de ayudar en forma genuina, pero también están castigando a las que perciben como oportunistas. **“El 71% de los consumidores dice que las marcas que dan más importancia a las ganancias que a la gente durante la pandemia de COVID-19 perderán su confianza para siempre”.**¹

Las circunstancias requieren conectarse con la comunidad y abordar esta situación con mucho tacto y delicadeza. Impulsar campañas empáticas de marketing y estar cerca de tus clientes nunca ha sido tan necesario como lo es ahora.

Fuente: Edelman Trust Barometer 2020 (Global)



Las 10 acciones inmediatas para hacer marketing inteligente y responsable

VISA donde quieras estar

1. Modifica tus campañas de marketing y refuerza la confianza del cliente a través de transparencia y sensibilidad al contexto, comunicándole a tus clientes lo que estás haciendo para brindarles apoyo. Decide a qué aspectos les darás prioridad.

2. Evalúa la identidad visual que utilizarás: evita imágenes o videos de personas que trabajan juntas en una oficina, de reuniones sociales o de abuelos con sus nietos.

3. Utiliza lenguaje empático y sé positivo. Evita enviar mensajes que puedan percibirse como alarmistas. Presta atención a lo que escribes en el campo de "asunto", a lo que publicas en redes sociales, los contenidos, "motto", y blogs.

4. Considera la experiencia del consumidor, pues puede convertirse en un poderoso comunicador de marca para bien o para mal.

- Para eCommerce, asegúrate de que existan buenas tasas de autorización y prácticas de administración de fraude aplicadas, antes cualquier comunicación masiva.

- Para el comercio presencial, verifica de que las transacciones sin contacto sean aceptadas, el terminal POS esté orientado al consumidor y bien señalizado, para que haya un contacto mínimo entre el cliente y el cajero.

Las 10 acciones inmediatas para hacer marketing inteligente y responsable

- 5. Coordina las comunicaciones de e-mails y en tu comercio** evitando el correo basura. Garantiza a tus clientes que estás haciendo todo lo posible para apoyarlos a atravesar de mejor forma esta situación.
- 6. Suministra información de actualizaciones de tu sitio web.** Comunica las medidas que estás tomando para proteger a clientes y empleados, y mantén una comunicación fluida respondiendo los mensajes que recibas tan pronto como te sea posible, a través de diferentes canales.
- 7. Averigua qué siente el consumidor** antes de ampliar tu mensaje cuando te comuniques; un intercambio casual puede brindarte esa información.
- 8. Aumenta tu presencia en las redes sociales.** Los consumidores ya están pasando mucho más tiempo en las redes sociales, así que es el momento indicado para comunicarles nuevas ofertas y nuevos medios de pagos que les hagan sentir tu compromiso para con ellos y su seguridad.
- 9. Capitaliza las oportunidades de eCommerce.** Invierte en la implementación de **estrategias de marketing digital omnicanal**, con mensajes alineados de forma consistente y experiencia del cliente en los diferentes canales.
- 10. Utiliza las perspectivas de mercado y ajusta los planes de marketing para favorecer los comportamientos más seguros:** compra online, pagos sin contacto y en tiempo real.

Visa está aquí para ayudarte

Contacta a tu ejecutivo de cuentas Visa para obtener más información sobre como los servicios de marketing de Visa pueden ayudarte a entender el cambio de comportamiento del consumidor, identificar oportunidades para maximizar tus ingresos y mejorar tu comunicación con los clientes. Podemos ayudarte a:



Entender los nuevos hábitos del consumidor



Identificar oportunidades para maximizar tus ingresos



Mejorar tus objetivos de mercado con nuestros servicios y herramientas de marketing



Aumentar la lealtad de los consumidores y posicionar productos

VISA donde quieras estar

Acerca de Visa. Visa Inc. (NYSE:V) es el líder mundial en pagos digitales. Nuestra misión es conectar el mundo a través de la red de pagos más innovadora, confiable y segura permitiendo que individuos, empresas y economías prosperen. Nuestra avanzada red de procesamiento global, VisaNet, ofrece pagos seguros y confiables en todo el mundo, y es capaz de procesar más de 65 000 mensajes de transacciones por segundo. El enfoque implacable de la compañía en la innovación es un catalizador para el rápido crecimiento del comercio digital en cualquier dispositivo, para todos, y en todas partes. A medida que el mundo pasa de lo analógico a lo digital, Visa pone nuestra marca, productos, personas, red y escala para remodelar el futuro del comercio.

La información, recomendaciones o «mejores prácticas» se presentan «COMO ESTÁN» y su único fin es el de informar. De ningún modo debe considerarse la información como consejos sobre operatoria, comercialización, aspectos legales, técnicos, impositivos o financieros o de cualquier otra índole. Visa deslinda responsabilidad por el uso que se haga de la información contenida en la presente, (incluidos errores, omisiones, inexactitudes o destiempos de cualquier naturaleza) o cualquier presunción o conclusión a la que se pueda llegar en virtud de la misma. Visa se abstiene de ofrecer garantías, expresas o implícitas, y expresamente deslinda responsabilidad por las siguientes garantías: de comercialización o de aptitud para un fin determinado, de que no se infrinjan derechos intelectuales de terceros, de que la información satisfará los requisitos de un cliente, de que la información esté actualizada y libre de errores. Siempre que las disposiciones legales aplicables así o permitan, Visa estará exenta de responsabilidad respecto de cualquier cliente o tercero en relación con daños que surjan o puedan surgir de cualquier teoría de derecho, incluidos, sin limitación, daños especiales, indirectos, emergentes o punitivos. Asimismo, estará exenta de daños por lucro cesante o cualquier otra pérdida económica, aun cuando se hubiere alertado sobre tales daños.