

Cómo optimizar y planificar tu estrategia en tiempos de crisis

22 de abril, 2020

AB Tasty
magnolia®

Ponentes



Sumit Khemlani

Customer Success Team Leader
en *AB Tasty*



Andrés Auchterlonie

Marketing Coordinator Spain,
Portugal and LATAM
en *Magnolia*



¡Quédate hasta el final! Sorteamos una tarjeta de regalo de 50€.



Encuesta

¿Cuáles son los retos a los que te estás enfrentando en la situación actual?

¿De qué hablaremos?

1. La situación actual
2. Cómo mantener informados a tus usuarios
3. Escucha a tus usuarios
4. Responsabilidad social corporativa
5. La agilidad es clave
6. Prepárate para el post Covid-19
7. Recursos para empezar



1. La situación actual

➤ *Cambios en el comportamiento de los usuarios*



Con el COVID-19 se han adoptado nuevos comportamientos

Se detectan 2 tipos de necesidades:

1. Inmediatas
2. Comportamientos emergentes y del nuevo día a día:
 - Se ha generado un récord en consumo de TV tradicional: 325 minutos por día: 17% más que la semana con mayor consumo de la historia en 2012.
 - Streaming: incremento +50%.
 - Videojuegos: aumento +47,9%.
 - Aumento uso redes sociales.

Home-driven marketing

“Crear y dar a conocer productos y servicios especialmente pensados para ser consumidos en el hogar.”

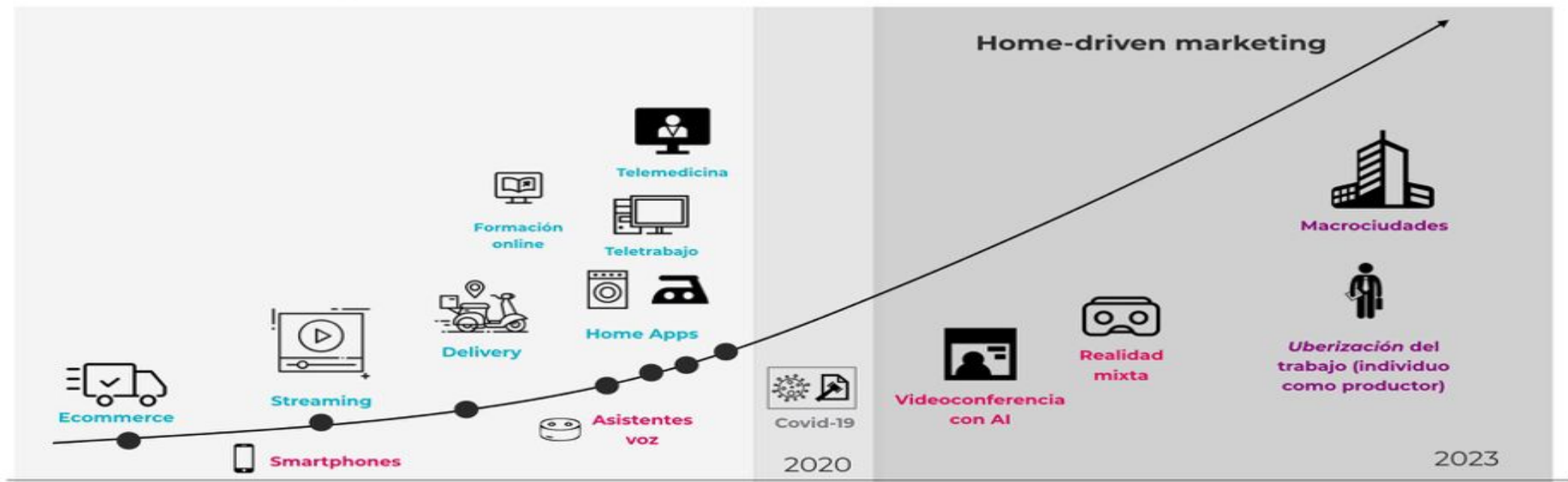
Home-driven Marketing

Good Rebels

Aceleradores: tecnologías maduras en 2020 que van a acelerar el consumo dentro del hogar

Áreas de actividad dentro del hogar que van a continuar creciendo y a más velocidad

Macrotendencias: sobre las que se va a sustentar



Relación de consumidores con las marcas

Se detectan 2 tipos de necesidades:

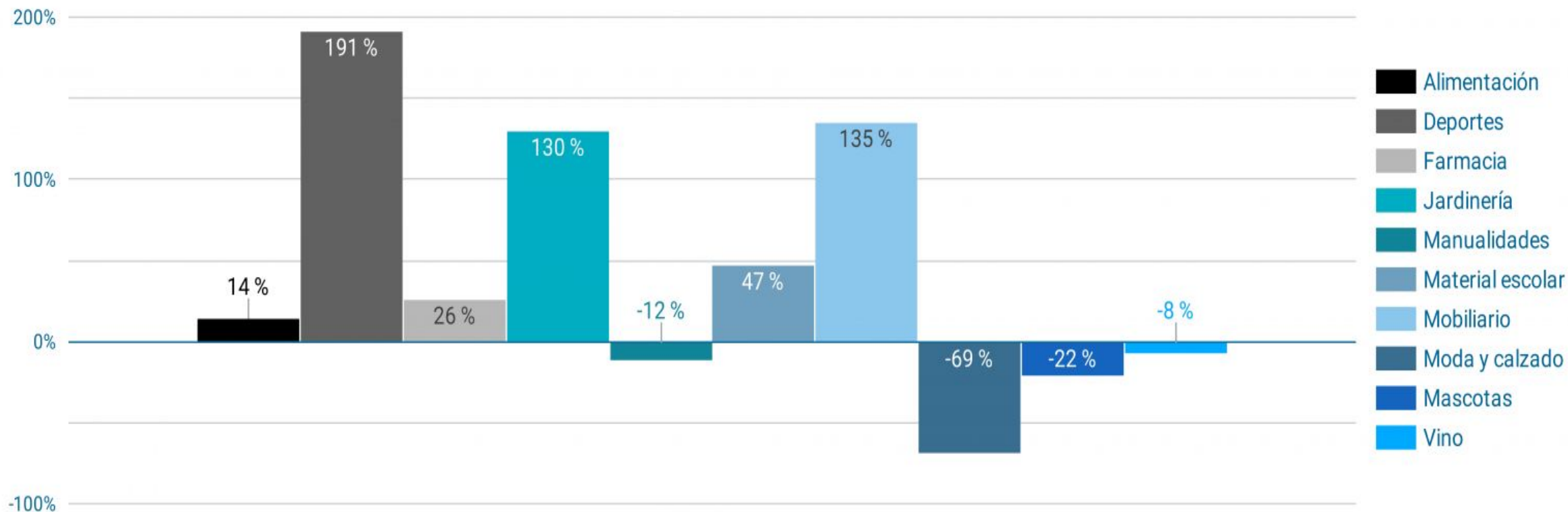
1. Eleven sus críticas.
2. Sean más transparentes.
3. Los animen.
4. Sean más humanas.



➤ *Cómo COVID-19 está afectando a las empresas*



Impacto e-commerce España



Impacto en material escolar



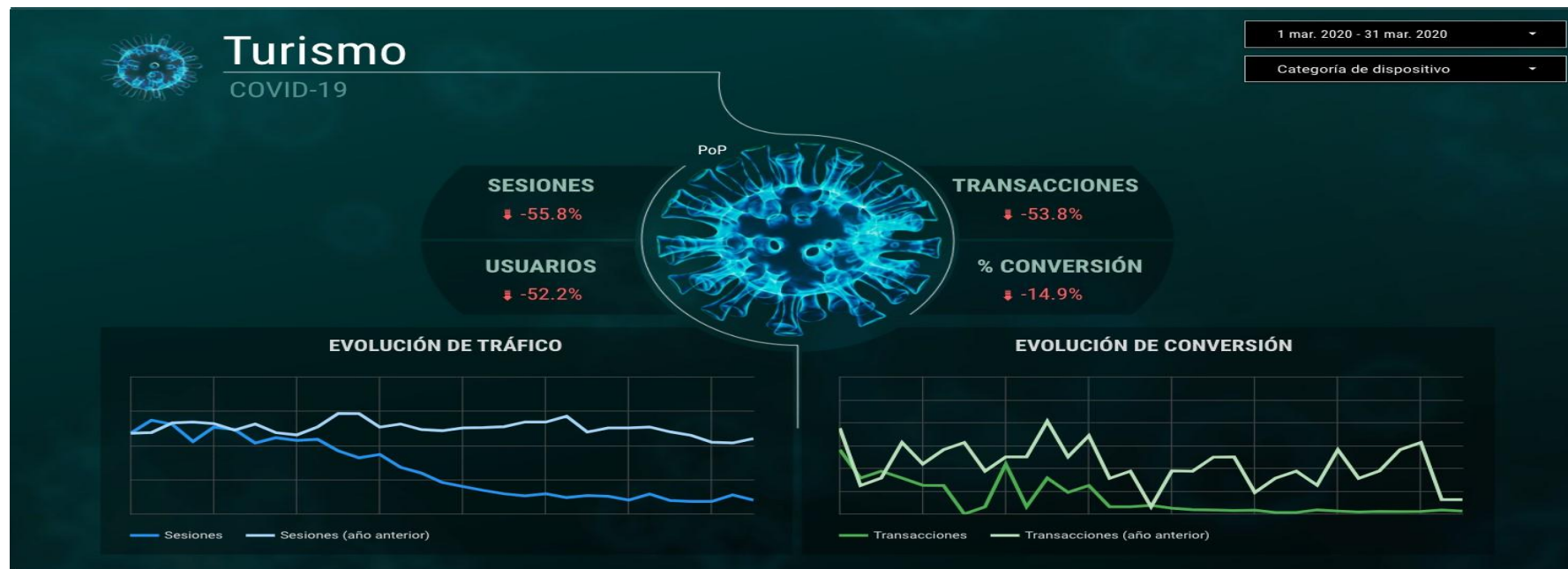
> **Sesiones:** +84.08%

> **Usuarios:** +84.02%

> **Transacciones:** +3947%

Fuente: [Marketing 4 ecommerce](#)

Impacto en turismo



- > **Sesiones:** -55.08%
- > **Usuarios:** -52.02%
- > **Transacciones:** -53.08%

➤ *Impacto en dispositivos*

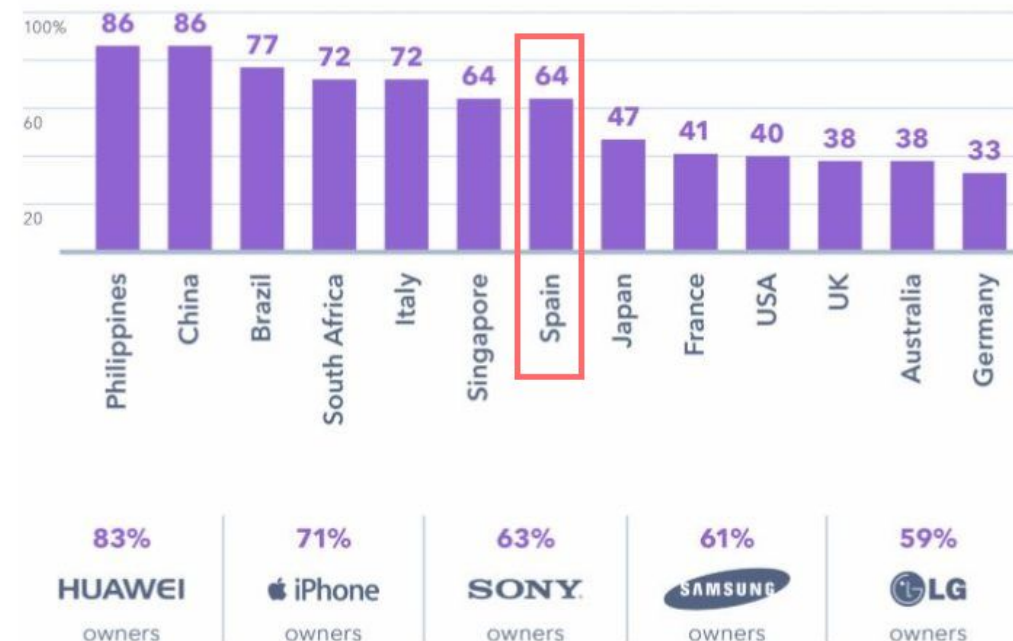


Cambios en la utilización de los móviles

- A nivel mundial, el 70% de los encuestados están usando mucho más sus móviles.
- **En España, ¡esta cifra alcanza el 64%!**

Smartphone usage increase

% who say they are spending more time on their smartphones since the start of the coronavirus outbreak



Question: Which device(s) have you been spending more time using since the start of the coronavirus/COVID-19 outbreak? Smartphone Source: GlobalWebIndex March 16-20 2020
Base: 12,845 internet users aged 16-64

Fuente: [Global Web Index](#)

2. Cómo mantener informados a tus usuarios

➤ ***Estar en contacto
con tus usuarios***



¿Qué quieren tus usuarios?

Información relevante

¿Cerrarán las tiendas?

¿Cambiarán los horarios?

¿Las opciones de entrega a domicilio continúan estando disponibles?

¿Cuáles son las políticas de devoluciones/cancelaciones actuales?

¿Los envíos se prolongarán más de lo normal?

Navegación optimizada

Presenta la información relevante de una manera visible en todas tus páginas.

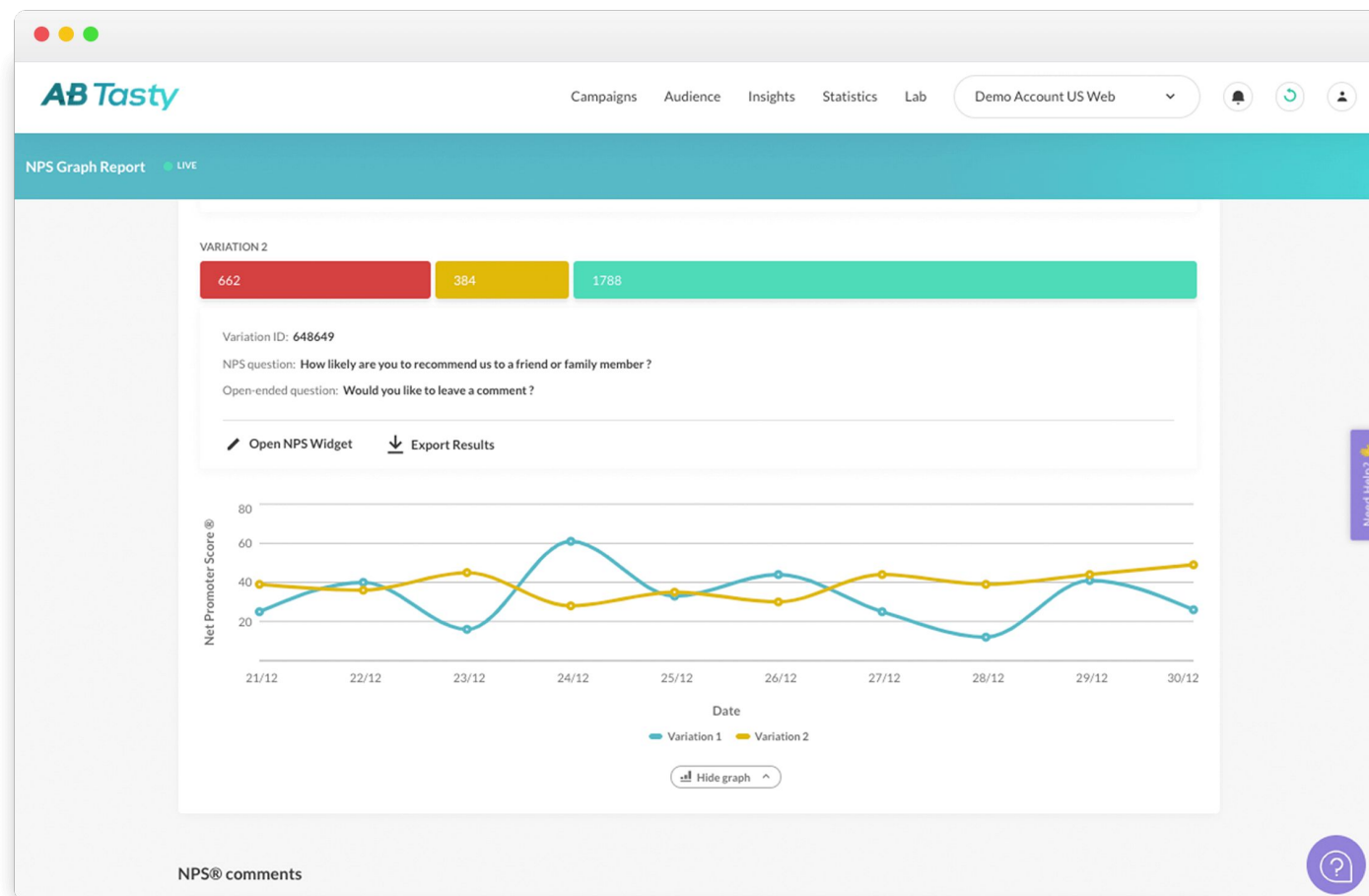
Añade enlaces a páginas o artículos con más información.

Incluye CTAs específicos en todas las páginas.

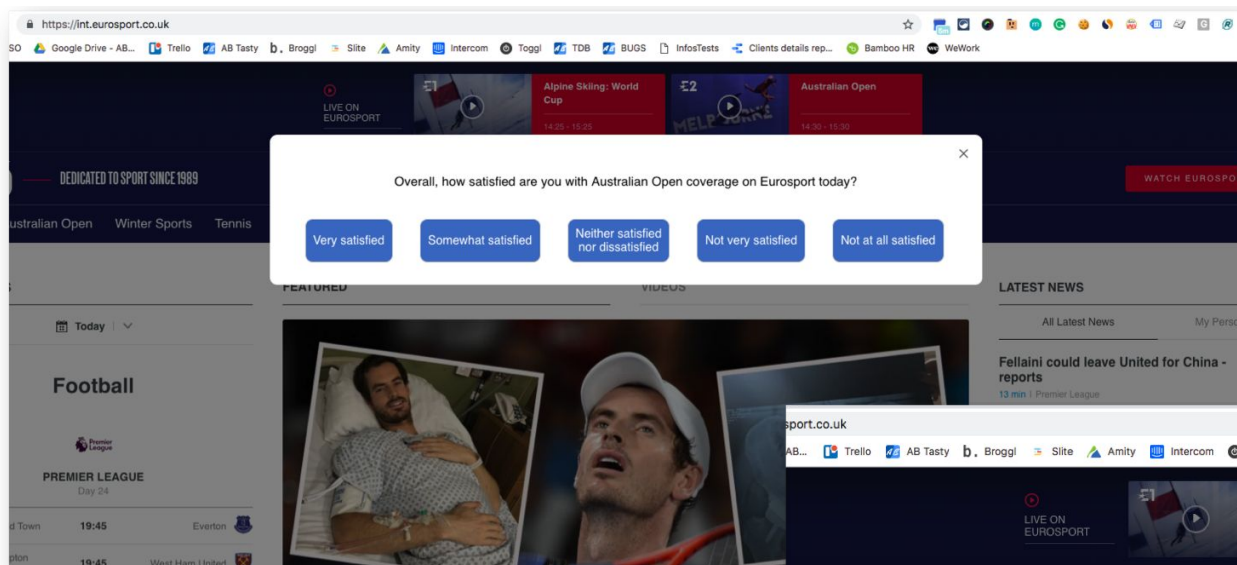
Agrega mensajes tranquilizadores en las páginas de producto.

Céntrate en los usuarios con el widget NPS

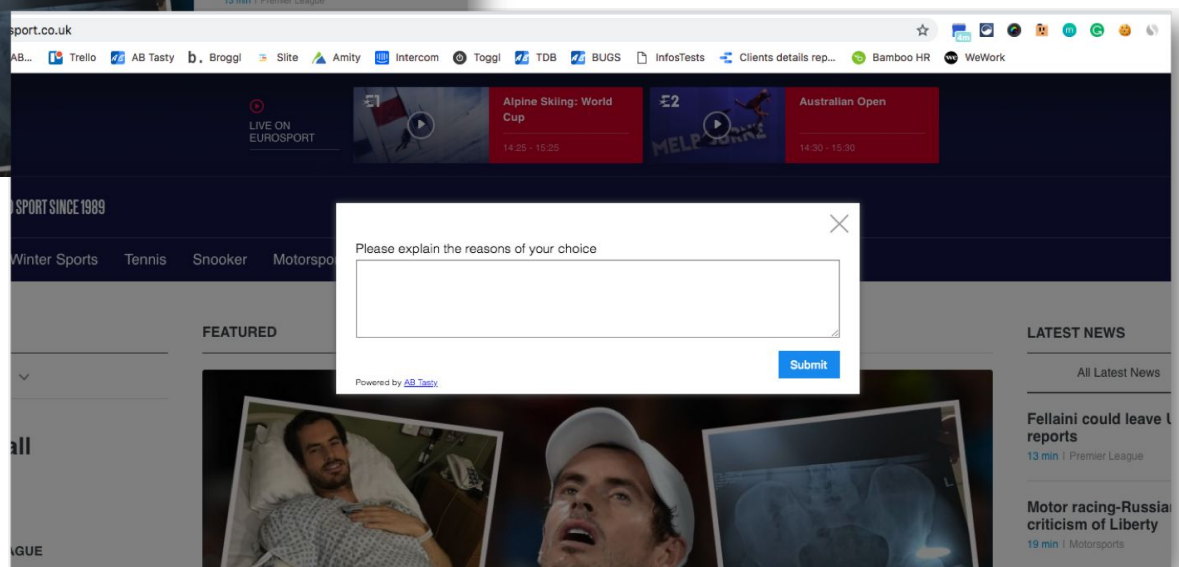
- Permite a tus usuarios **ofrecer feedback** sobre tu sitio web **en tiempo real**.
- Crucial para **crear relaciones duraderas** entre tu marca y tus clientes.
- **Personaliza las preguntas de tus encuestas** y define los criterios de segmentación.



Utiliza pop-ups con encuesta



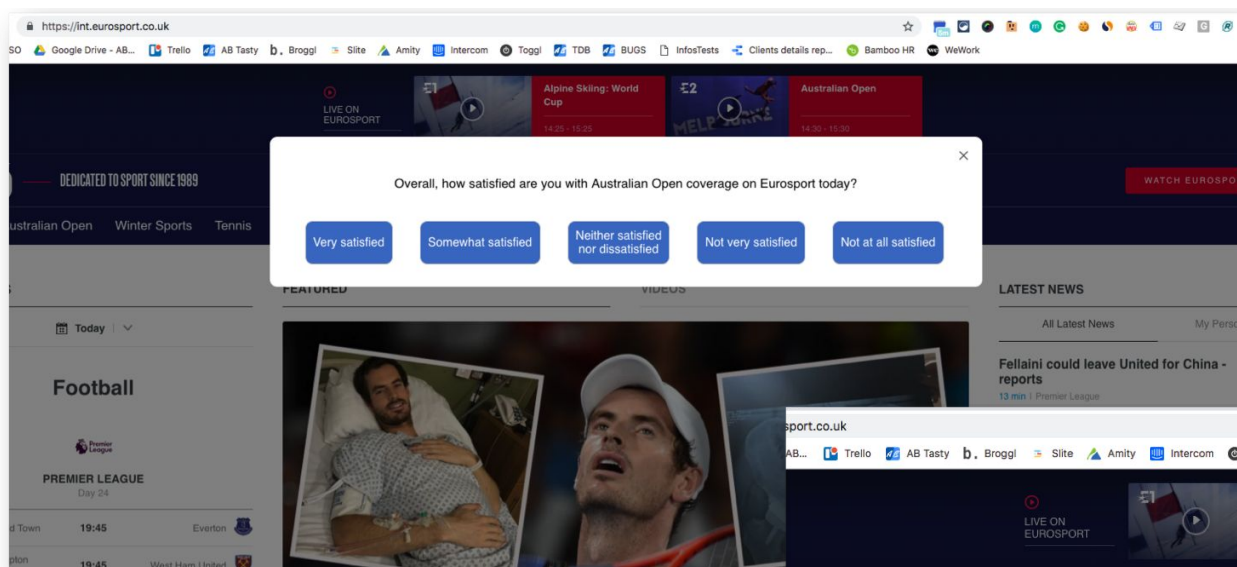
Primer pop-up



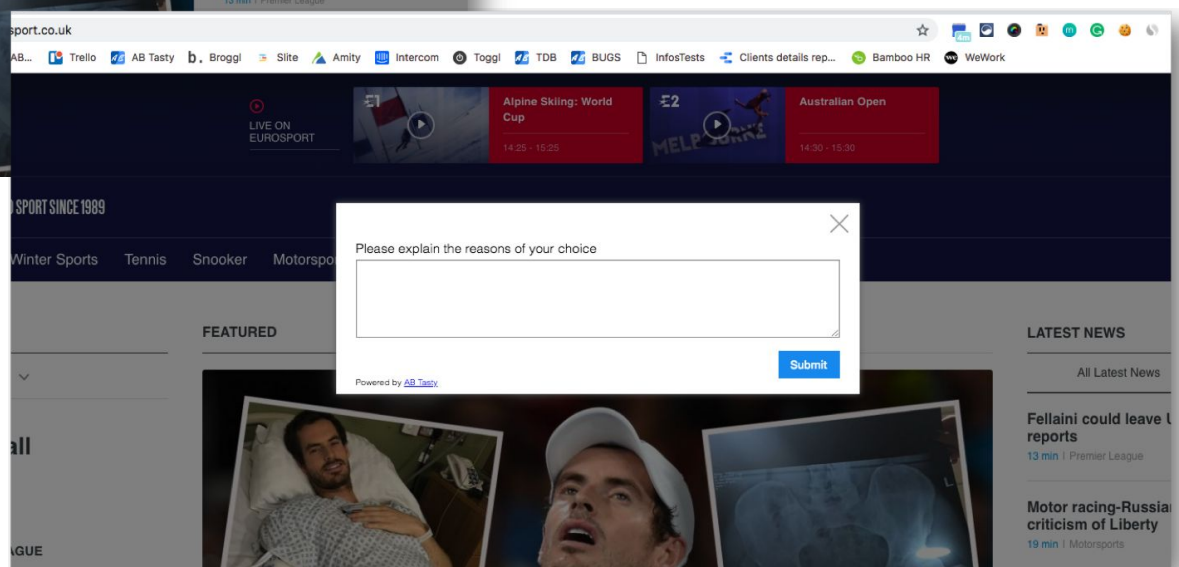
Segundo pop-up

Utiliza pop-ups con encuesta

¡Consiguieron 5.000 respuestas en menos de dos semanas!

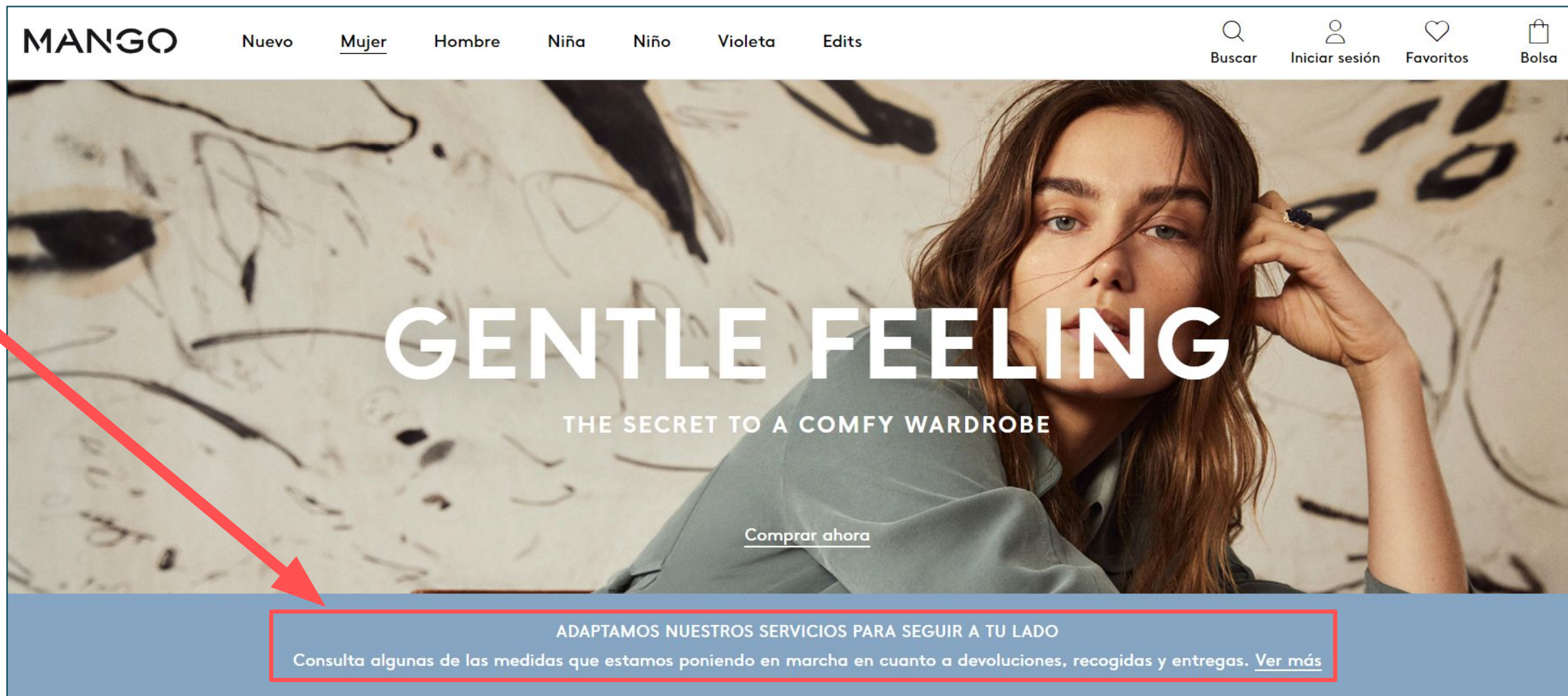


Primer pop-up



Segundo pop-up

Inspiración: Mango



Inspiración: Air Europa



Cambios en la operativa de nuestros vuelos

Air Europa informa que las restricciones de viaje y movimiento de personas anunciados por diferentes organismos estatales han afectado nuestra operativa.

La compañía está ofreciendo una flexibilidad sin precedentes a sus viajeros, con medidas para facilitar cambios de billetes que estamos actualizando diariamente y que no tienen comparación con ninguna otra iniciativa similar en la historia de la aerolínea.

Dada la excepcionalidad de la situación puede provocar que los servicios de atención al cliente no sean tan eficientes como desearíamos. Para poder ayudarte en tus gestiones, consulta las condiciones ofrecidas más abajo o las modificaciones de frecuencias según tu país/ciudad de origen o destino. Además, podrás encontrar, si las condiciones de cambio lo permiten, el formulario para poder solicitar tu vale.

Condiciones de cambio para pasajeros con vuelos a/desde cualquier destino de la red de Air Europa	▼
Dentro del territorio nacional español (salvo Islas y Melilla)	▼
Melilla	▼
Península/Baleares	▼
Interislas Baleares	▼
Canarias	▼
Europa	▼
África y Oriente Medio	▼



¿Cómo puedo canjear mi billete por un Vale?

Estas son las preguntas frecuentes, consúltalas si tienes dudas.

Saber más



Consulte el estado de su reserva

Consulte su vuelo y actualice los datos de contacto por si tenemos que ponemos en contacto con usted.

Mi reserva

Inspiración: Air Europa



¡Canjee su vuelo y no se quede sin volar!

#TodoVaASalirBien

SOLICITAR VALE

CTA CLARO Y PRECISO

¿Cómo funciona?

Si tiene un billete con **Air Europa**, le damos la posibilidad de poder canjearlo por un VALE que podrá utilizar en futuras compras de vuelos. Solicitar un VALE es algo muy sencillo, solo tiene que seguir los pasos que le indicamos a continuación.



PASO 1

Solicite su VALE desde nuestra página web

Rellene el formulario con el localizador, fecha de salida y aeropuerto de origen de su vuelo. Recuerde que la solicitud sólo se podrá realizar para los billetes emitidos que empiecen por 996 y que se encuentren en las fechas o rutas mencionadas en el siguiente enlace.

[Ver vuelos](#)

PASO 2

En unos días recibirá un correo con la confirmación del VALE

Una vez gestionemos su petición nos pondremos en contacto con usted. Le pedimos especial paciencia debido a la situación excepcional que estamos viviendo, todas las solicitudes serán atendidas y respondidas.

PASO 3

Podrá canjear su VALE en cualquiera de nuestros vuelos.

Podrá utilizar su VALE en futuras compras de vuelos operados por Air Europa y en cualquier tarifa. La fecha máxima para volar será de un año desde la fecha de emisión del VALE.

*“Desde Experiencia de usuario diseñamos y preparamos dos landings en Magnolia tendentes a **facilitar tanto la búsqueda de información** por parte de nuestro usuario, como de **aportarle un nuevo canal** donde poder realizar las gestiones que precisara. Ambas landings han sido gestionadas desde nuestro Centro de Atención al Cliente (CAT).”*

-Silvia Barroso,
UX Manager, Air Europa



➤ *Adoptar el tono adecuado*



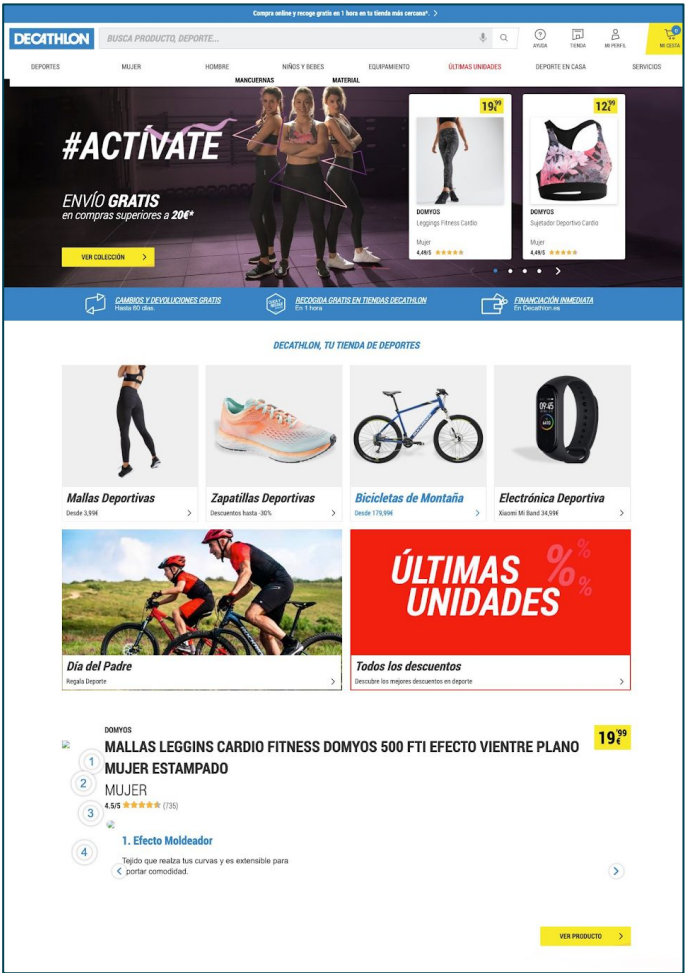
¿Dónde puedes empezar?

- Ajusta todos los anuncios, emails y mensajes que parezcan demasiado comerciales:
 - > **¡Haz referencia a la situación de una manera sincera!**
- Quita o adapta las imágenes y demás referencias actividades que ahora están prohibidas:
 - > **Pasa de deportes al aire libre a ejercicio en casa.**
 - > **Cambia las actividades en grupo a eventos online.**



Inspiración: Decathlon

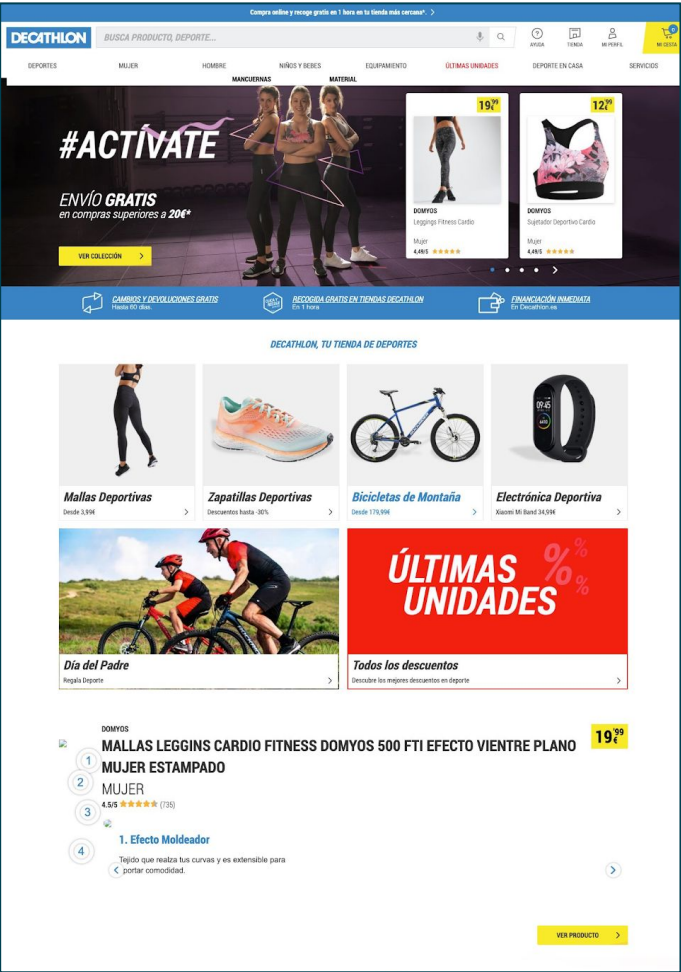
Antes



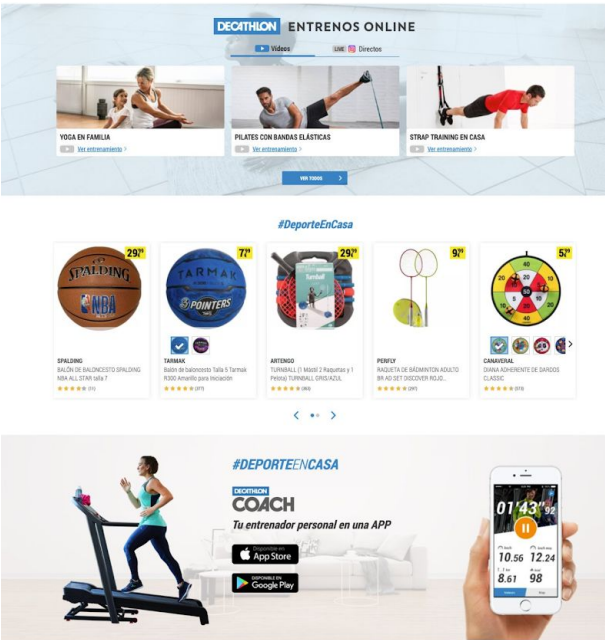
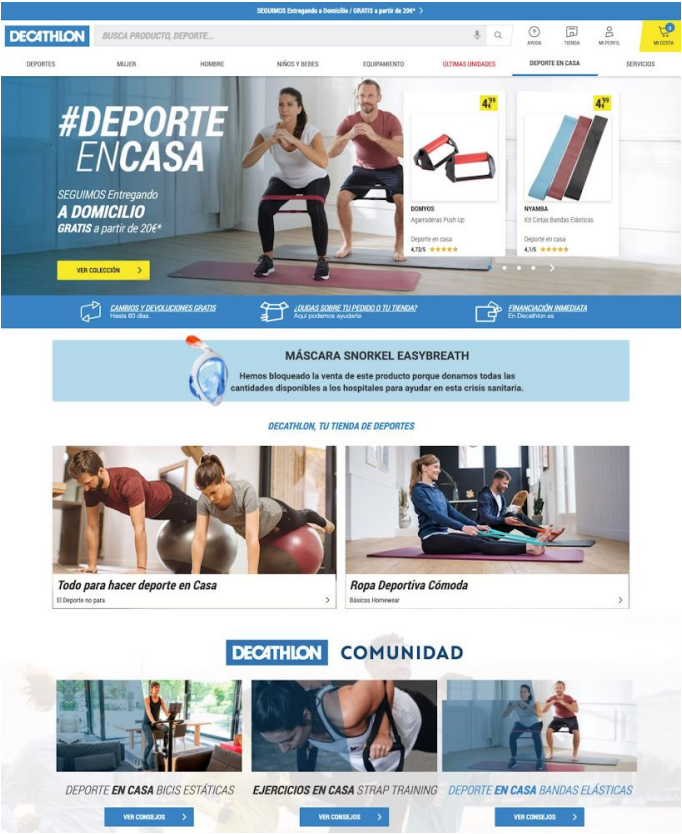
Cómo mantener informados a tus usuarios

Inspiración: Decathlon

Antes



Variación



Inspiración: Carrefour

Saca provecho a la prueba social para el engagement y las transacciones

Kits de productos básicos

Si no puedes esperar, te proponemos estos kits de productos básicos.

 Entrega en 48-72 h



Kit 1 Persona 35 €
Gastos de envío incluidos.

Comprar



Kit 2 Personas 50 €
Gastos de envío incluidos.

Comprar



Kit Familiar 75 €
Gastos de envío incluidos.

Comprar

Inspiración: Carrefour

¡Perfecto para
aumentar el valor del
pedido medio!

Kits de productos básicos

Si no puedes esperar, te proponemos estos kits de productos básicos.

 Entrega en 48-72 h



Kit 1 Persona 35 €
Gastos de envío incluidos.

Comprar



Kit 2 Personas 50 €
Gastos de envío incluidos.

Comprar



Kit Familiar 75 €
Gastos de envío incluidos.

Comprar

➤ *Comunica con transparencia*

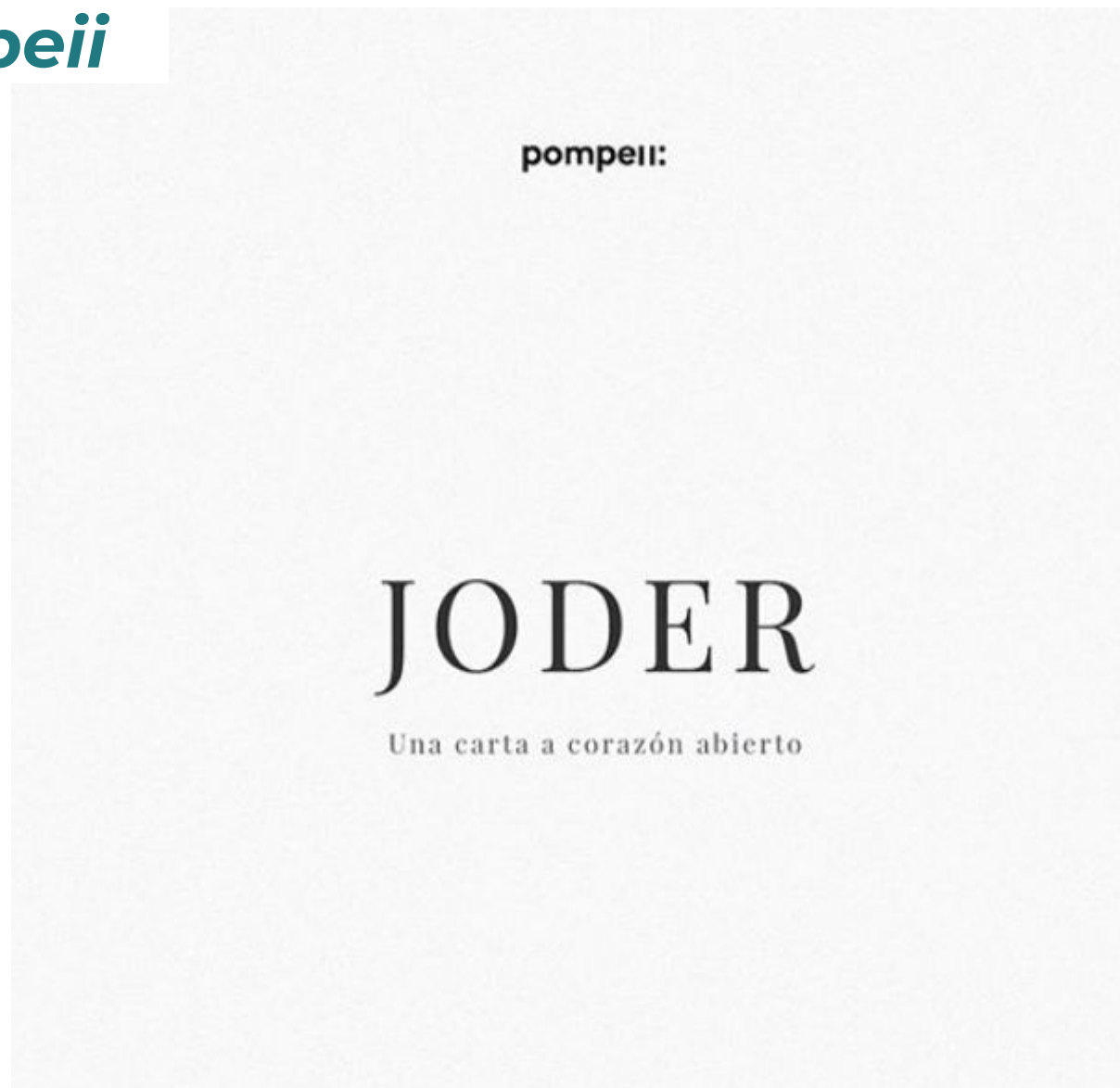


Debes ser transparente

- Comunica de la mejor manera tu situación ante la crisis, asume lo que sucede, informa cómo la empresa va a afrontar la situación.
- [Ejemplo Pompeii.](#)



Inspiración: Pompeii



Inspiración: Universidad Nacional de Educación a Distancia

- Comunicación en un único sitio para evitar el estrés.



Comunicación Clara

*“Ha sido determinante para poder ofrecer a nuestro cliente una **información clara, concisa y actualizada en todo momento**. La comunicación que hemos y seguimos ofreciendo a través de nuestra web ha permitido no sólo mantener una estrecha y constante relación con nuestro pasajero.”*

-Silvia Barroso,
UX Manager, Air Europa



3. Escucha a tus usuarios

➤ *Cómo identificar nuevas oportunidades y puntos de fricción*



Observa a tus usuarios e identifica oportunidades

- Monitoriza conversaciones.
- **Mirar los espacios o nuevos espacios/canales** donde están tus clientes. ej: TV, móvil, online.
- **Genera engagement con todos los stakeholders:** clientes, empleados, proveedores, sociedad.



➤ *Optimiza las versiones móviles*



A smartphone is shown in the background, slightly out of focus, with a bokeh effect of colorful light circles. The phone is dark-colored and has a home button. The text is overlaid on the phone and the background.

*En 2019, el **60,66%** del
total del tráfico en
España provenía de
móviles.*

Hablemos de la zona del pulgar

- ¿Cuáles son las zonas más fáciles de alcanzar - *con el pulgar* - en las pantallas?
- **¡Asegúrate de que el CTA principal es accesible**, fácil de utilizar y de contextualizar!
- Sitúa el CTA más importante en **la zona de alcance 'natural'** - garantiza que los usuarios lo puedan pulsar fácilmente.

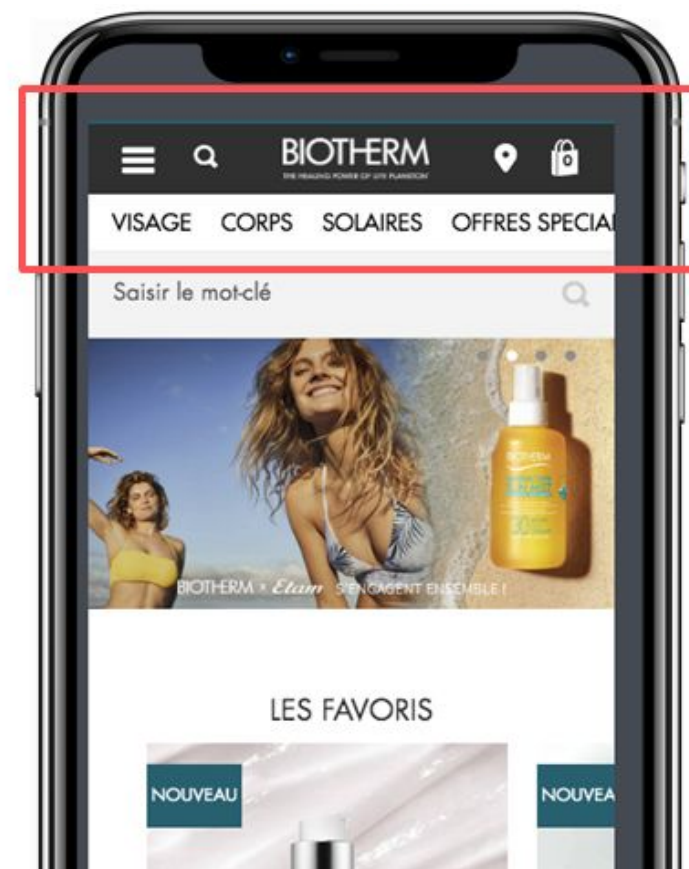


Optimiza los iconos en la página web

- Los equipos de UX y UI deben tener en cuenta **el contexto en el que se encontrarán los usuarios.**
- Utiliza un CTA agrandado y fijo en scroll.
- Optimiza la distribución de los elementos importantes



Versión original



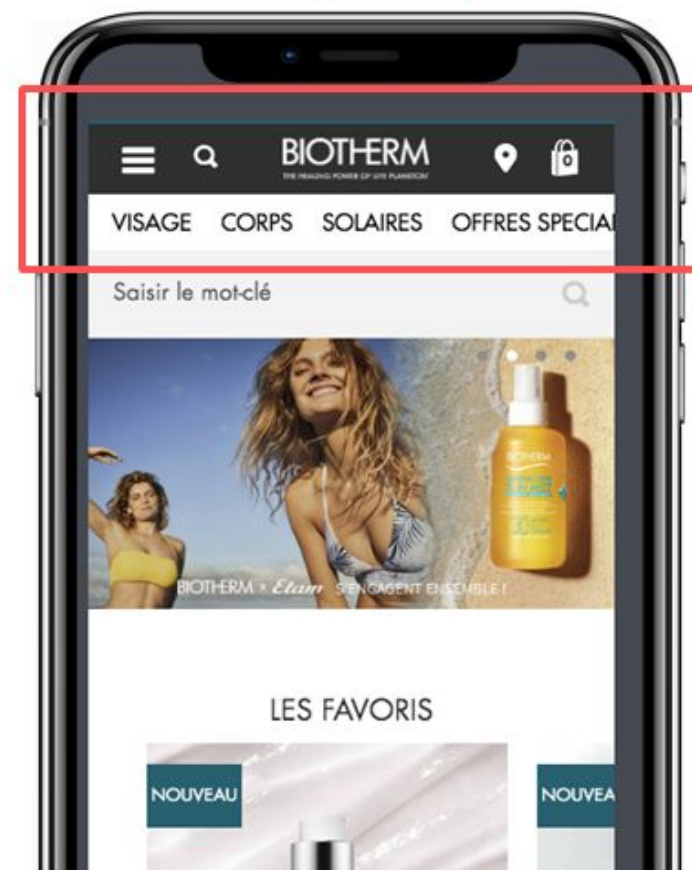
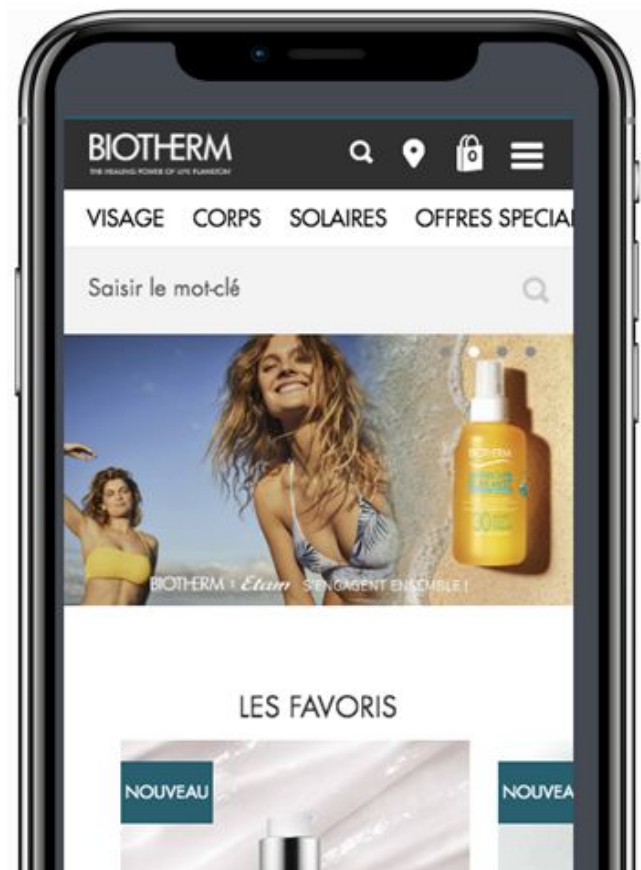
Variación

Encuesta

*¿Qué versión de este test
crees que tuvo los mejores
resultados?*

Optimiza los iconos en la página web

- Los equipos de UX y UI deben tener en cuenta **el contexto en el que se encontrarán los usuarios**.
- Utiliza un CTA agrandado y fijo en scroll.



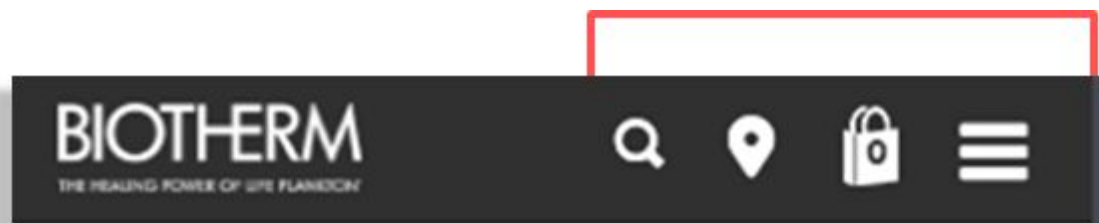
Versión
ganadora

+15% clics en el menú
hamburguesa

+23% transacciones

Optimiza los iconos en la página web

Juntar muchos iconos - ¡con distintas funciones! - puede **generar errores y frustración en la navegación.**



Un mayor espacio entre los iconos **permite una navegación más fluida.**

Utiliza un CTA y una barra de búsqueda fijos en scroll

Versión original



Variación



Utiliza un CTA y una barra de búsqueda fijos en scroll

Versión original



Variación



**Versión
ganadora**

**+78% clics para
añadir al carrito**

**+71% clics para
comprar por teléfono**

Fuente: [AB Tasty](#)

Experimenta con el posicionamiento de los elementos

- Estudia la distribución de los elementos: ¿estás priorizando los más importantes?
- Sitúa a los más importantes above the fold.
- *Inspiración: Gin Kiosk*
 - > Las valoraciones tapaban los productos recomendados.



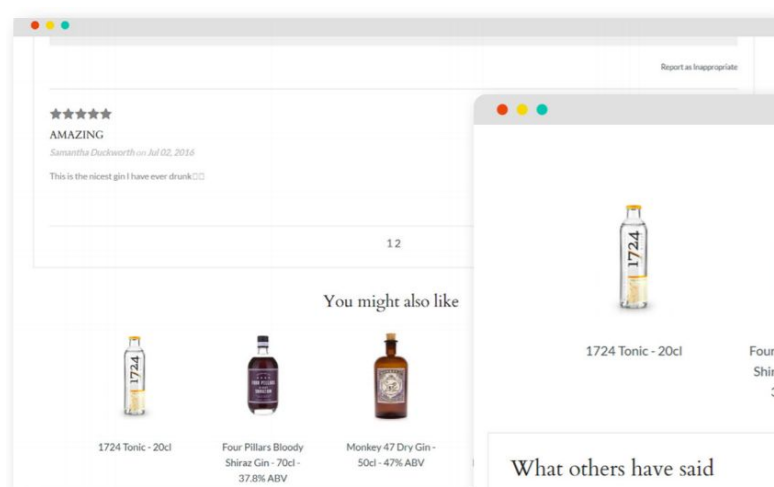
Fuente: AB Tasty

Experimenta con el posicionamiento de los elementos

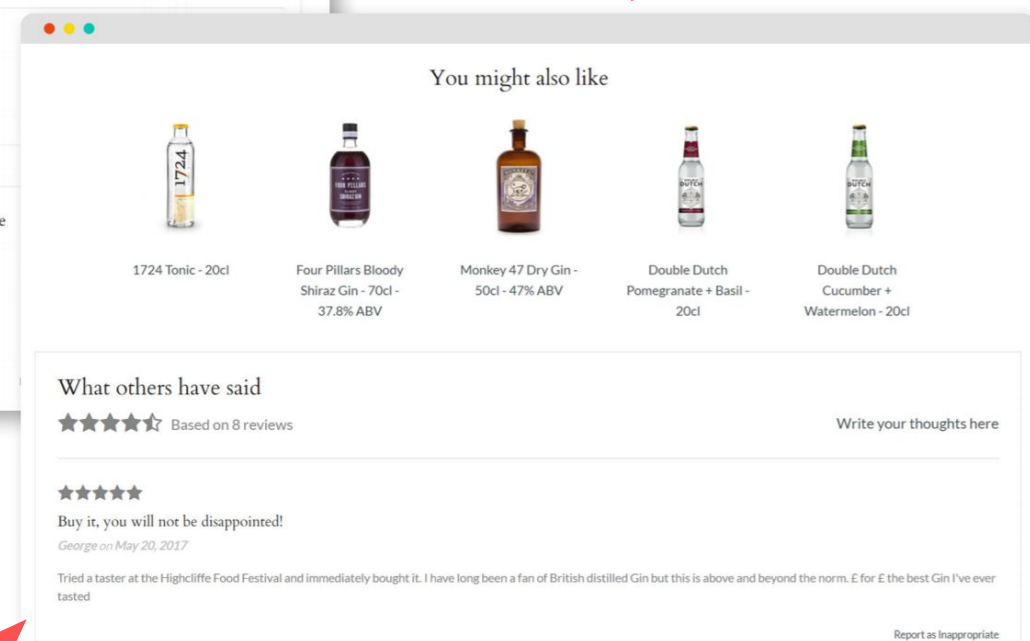
- Estudia la distribución de los elementos: ¿estás priorizando los más importantes?
- Sitúa a los más importantes **above the fold**.
- *Inspiración: Gin Kiosk*
> Las valoraciones tapaban los productos recomendados.

+24% de los ingresos

+28% de cross-selling



Versión original



Variación

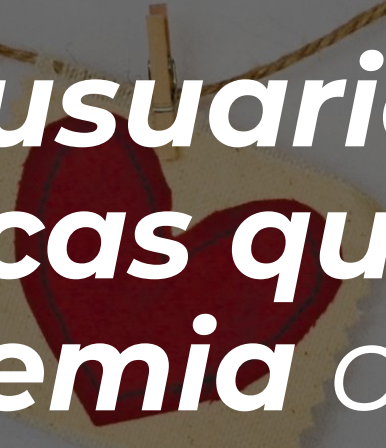
Versión ganadora

Fuente: [AB Tasty](#)

4. Responsabilidad social corporativa

➤ *Crea un vínculo emocional con tus usuarios*





*“A nivel mundial, **los usuarios favorecen a las marcas que responden a la epidemia** ofreciendo condiciones de pago flexibles (83%), servicios gratuitos (81%), y donando productos (67%).”*

¿Por qué invertir en la RSC?

- Ahora, todos los gestos que muestren a las *personas* detrás de la marca sirven para **invertir en la imagen de marca.**
- Se están poniendo a prueba los valores de las marcas.
- Algunas ideas:
 - > Fabricar o donar productos para hospitales ([LVMH](#), [Puleva](#))
 - > Horas exclusivas para los grupos con mayor riesgo ([Carrefour](#), [Mercadona](#))
 - > Cuidar de tus empleados ([Inditex](#))



Inspiración: Carrefour



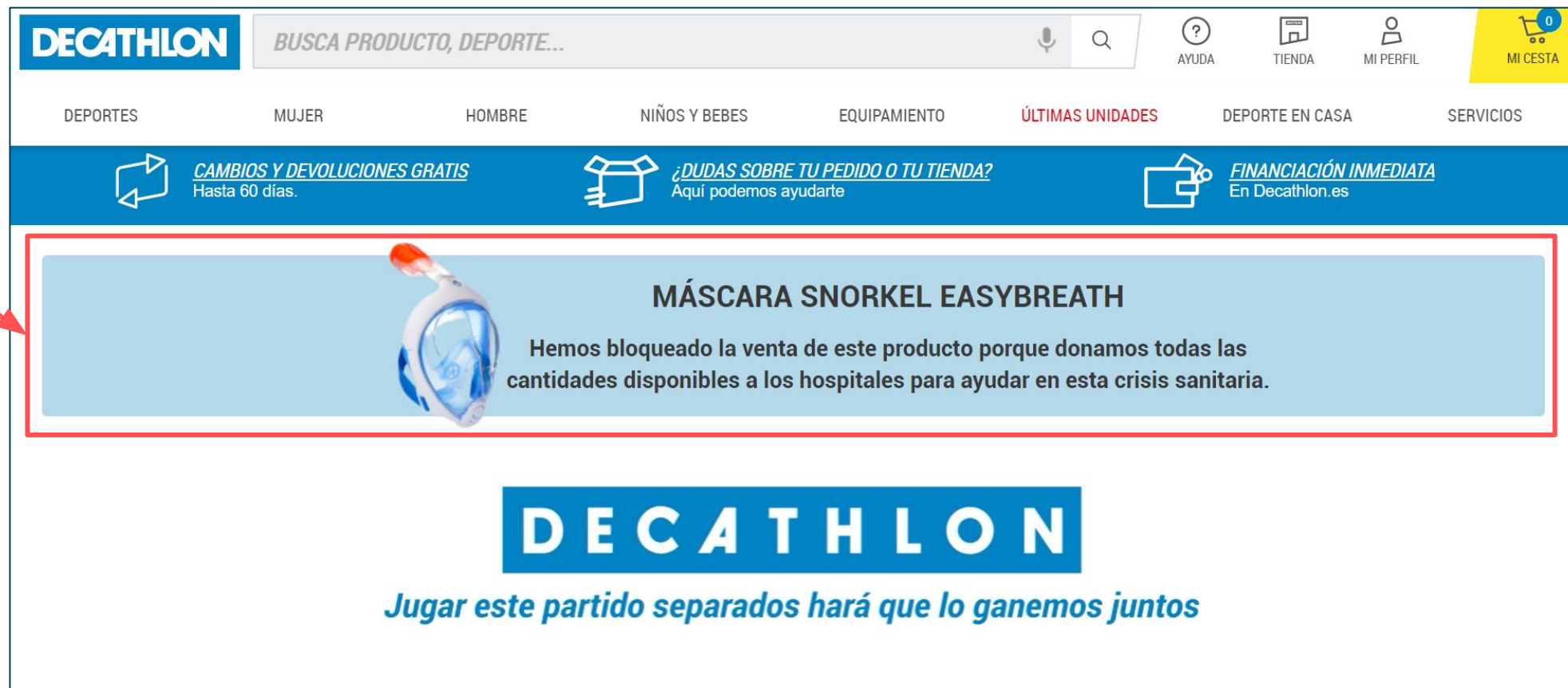
#JUNTOS para ayudarte

Ayudamos a las personas mayores de 65 años y personas con discapacidad

-  Preferencia en los pedidos online
-  Preferencia para realizar compras de 9h a 10h en todas nuestras tiendas

Inspiración: Decathlon

Añade un banner para resaltar la información más relevante



The screenshot shows the Decathlon website homepage. At the top is the Decathlon logo and a search bar. Below the logo is a navigation menu with categories: DEPORTES, MUJER, HOMBRE, NIÑOS Y BEBES, EQUIPAMIENTO, ÚLTIMAS UNIDADES, DEPORTE EN CASA, and SERVICIOS. A blue banner below the navigation menu contains three sections: 'CAMBIOS Y DEVOLUCIONES GRATIS Hasta 60 días.', '¿DUDAS SOBRE TU PEDIDO O TU TIENDA? Aquí podemos ayudarte', and 'FINANCIACIÓN INMEDIATA En Decathlon.es'. Below this is a large light blue banner for 'MÁSCARA SNORKEL EASYBREATH'. The banner features an image of a snorkel mask and the text: 'Hemos bloqueado la venta de este producto porque donamos todas las cantidades disponibles a los hospitales para ayudar en esta crisis sanitaria.' Below the banner is the Decathlon logo and the slogan 'Jugar este partido separados hará que lo ganemos juntos'. A red box highlights the snorkel mask banner, and a red arrow points from the text 'Añade un banner para resaltar la información más relevante' to this box.

DECATHLON

BUSCA PRODUCTO, DEPORTE...

AYUDA TIENDA MI PERFIL MI CESTA

DEPORTES MUJER HOMBRE NIÑOS Y BEBES EQUIPAMIENTO **ÚLTIMAS UNIDADES** DEPORTE EN CASA SERVICIOS

 **CAMBIOS Y DEVOLUCIONES GRATIS**
Hasta 60 días.

 **¿DUDAS SOBRE TU PEDIDO O TU TIENDA?**
Aquí podemos ayudarte

 **FINANCIACIÓN INMEDIATA**
En Decathlon.es

 **MÁSCARA SNORKEL EASYBREATH**

Hemos bloqueado la venta de este producto porque donamos todas las cantidades disponibles a los hospitales para ayudar en esta crisis sanitaria.

DECATHLON

Jugar este partido separados hará que lo ganemos juntos

Inspiración: Meliá

The image is a screenshot of the Meliá Hotels & Resorts website. At the top, a blue banner contains the text "COVID-19: Información importante" in white, which is highlighted with a red box. Below this, the website header includes the Meliá logo, a navigation menu icon, and links for "INICIA SESIÓN", a phone number "91-276-4747", and a language selector "ES". The main content area features a large banner with the text "Noches por vuestros días" and a sub-message: "Regalamos 10.000 estancias de 2 noches de hotel a los profesionales de los servicios sanitarios que trabajáis día y noche para cuidarnos. Por todos esos días de 25 horas". A red arrow points from the "COVID-19: Información importante" link to a blue modal window. The modal window has a title bar with an information icon and the text "Servicio de Atención al Cliente", and a close button (X) in the top right corner. The main body of the modal contains the text: "Debido al alto volumen de llamadas y correos electrónicos en nuestro Servicio de Atención al Cliente, le rogamos nos contacten únicamente si su reserva es para las próximas 72 horas." and a link: "Ver el comunicado completo actualizado sobre COVID-19". At the bottom of the modal is a horizontal line. In the background, a search bar is visible with the text "CIUDAD, HOTEL O DESTINO" and "1 HABITACIÓN 2 ADULTOS".

COVID-19: Información importante

MELIÁ HOTELS & RESORTS

INICIA SESIÓN 91-276-4747 ES

Noches por vuestros días

Regalamos 10.000 estancias de 2 noches de hotel
a los profesionales de los servicios sanitarios que trabajáis día y noche para cuidarnos.
Por todos esos días de 25 horas

Servicio de Atención al Cliente

Debido al alto volumen de llamadas y correos electrónicos en nuestro Servicio de Atención al Cliente, le rogamos nos contacten únicamente si su reserva es para las próximas 72 horas.

[Ver el comunicado completo actualizado sobre COVID-19](#)

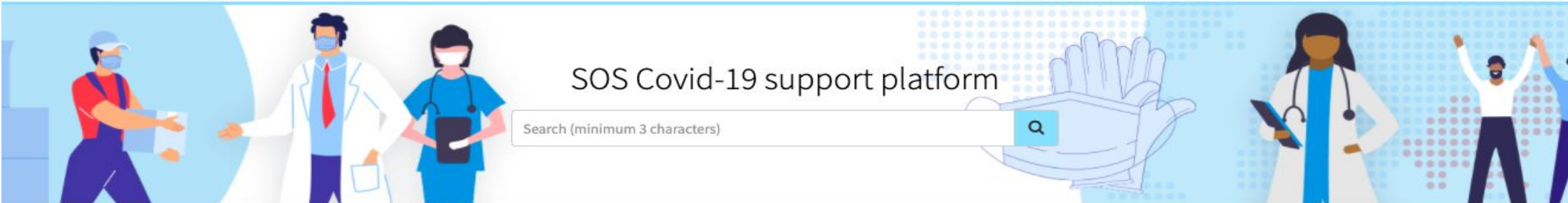
CIUDAD, HOTEL O DESTINO

1 HABITACIÓN 2 ADULTOS

Inspiración: IE



Who we are Sign Up/Login



¿Necesitas ayuda? ¿Puedes ayudar?

>> Publica tus necesidades urgentes para paliar el efecto del Covid-19 >> Participa activamente para suplir las necesidades de otros >> Propón ayuda adicional
([SABER MÁS](#)) - ([GUÍA DE USUARIO](#)) - ([REGÍSTRATE AQUÍ](#))

Hai bisogno di aiuto? Puoi aiutare?

>> Pubblica le tue necessità urgenti per attenuare l'effetto del Covid-19 >> Partecipa attivamente per soddisfare quelle richieste >> Proponi aiuto addizionale
([SAPERE DI PIÙ](#)) - ([GUIDA PER L'UTENTE](#)) - ([REGISTRATI QUI](#))

Do you need help? Can you help?

>> Publish your urgent needs to alleviate the effect of Covid-19 >> Actively participate to meet those needs >> Propose additional help
([KNOW MORE](#)) - ([USER GUIDE](#)) - ([REGISTER HERE](#))

Offer/Need

All Types

Type

All Need Types

Country

All Countries

Sort by

Recent

Question State | **All** Solved Unsolved Unreplied



MSF: Recursos para coordinadores y autoridades

Covid-19

by Emergencias MSF Intervención COVID España Médicos Sin Fronteras • updated a day ago by Emergencias MSF Intervención COVID España

Leaderboard



Elena Fazzini
1.000 Points



Javier Olaso
800 Points



SOS COVID-19 Admin
180 Points

No hace falta ser una empresa grande

Inspiración: Fotógrafo Jorge Comi

Actualidad

La fantástica iniciativa de un fotógrafo para apoyar a las bodegas: regalar una imagen de una botella de vino profesional y de alta calidad

Abril, 2020

Una interesante oportunidad para las bodegas es la que ofrece el fotógrafo Jorge Comi, que ha puesto en marcha su aportación para tratar de mejorar una situación que nos afecta a todos. Ofrece a las bodegas de manera gratuita una fotografía profesional de alta calidad de una botella de uno de sus vinos.

Muchas ideas y proyectos desinteresados están surgiendo estos días de personas y empresas que quieren aportar lo mejor de sí mismos. Y esta en concreto es una buena oportunidad para las bodegas. El **fotógrafo Jorge Comi** quiere aportar su grano de arena y para ello ofrece realizar de manera gratuita una **imagen de una botella de vino**, se trata de una **fotografía profesional de alta calidad**.

5. La agilidad es clave

➤ *Saca el máximo provecho a las redes sociales*



¿Qué valor aportan las redes sociales a tus usuarios?

- **Ayúdales a pasar el tiempo:**
¿Cómo pueden divertirse y hacer buen uso de estos días en casa?

> Hay [cursos gratuitos](#) para continuar con su formación, [entrenamientos](#) en casa... ¡e incluso [voluntariados](#)!

- **Únete a los retos en las redes:**
¿Cómo puedes interactuar con tus usuarios durante la cuarentena?

#quedateencasa → +6 millones de posts

#yomequedoencasa → +5 millones de posts



¡Muestra tu lado más solidario!



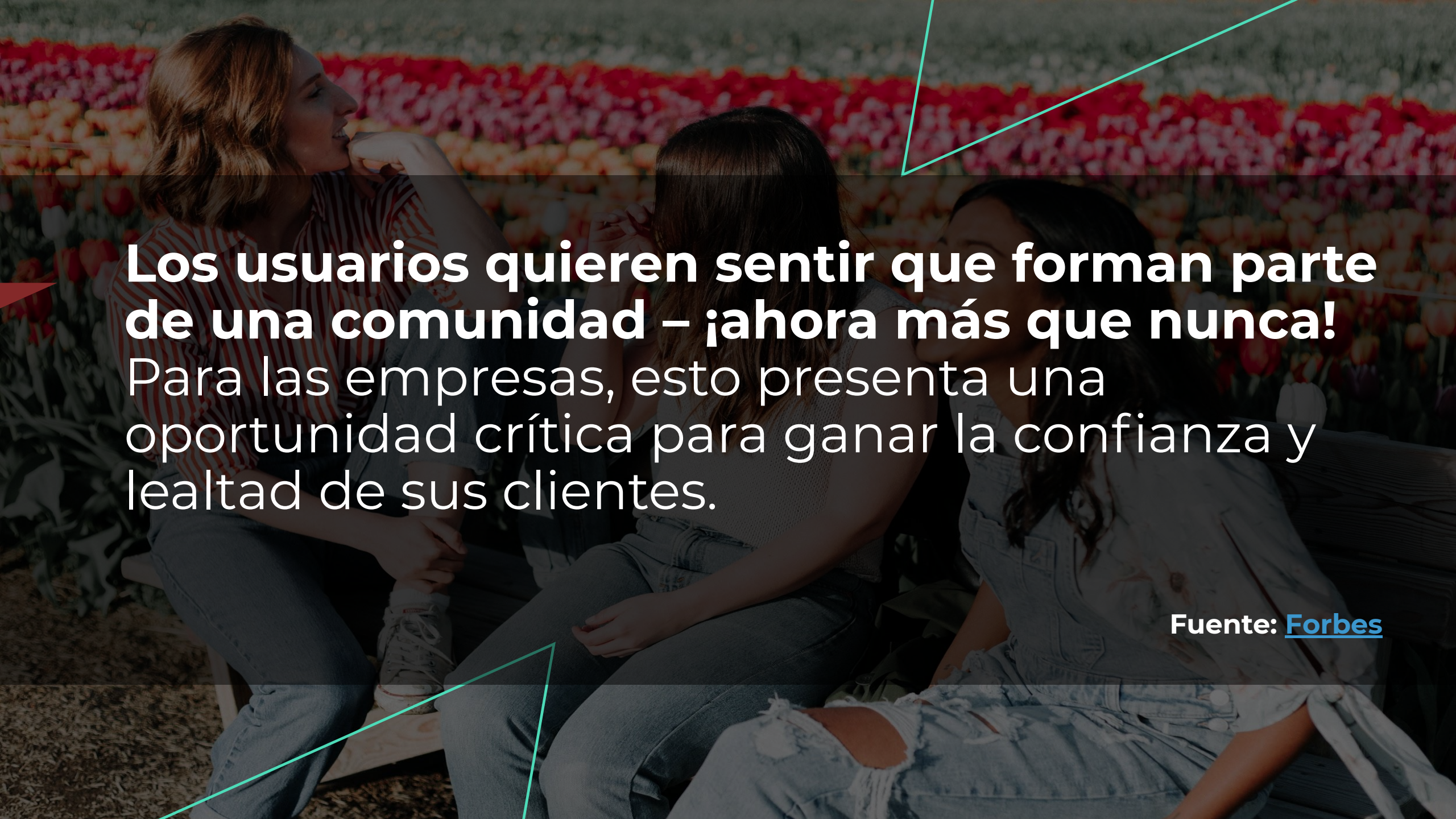
Fuente: [Instagram](#)



Fuente: [Twitter](#)

➤ *Fomenta un
sentimiento de
comunidad*





Los usuarios quieren sentir que forman parte de una comunidad – ¡ahora más que nunca!
Para las empresas, esto presenta una oportunidad crítica para ganar la confianza y lealtad de sus clientes.

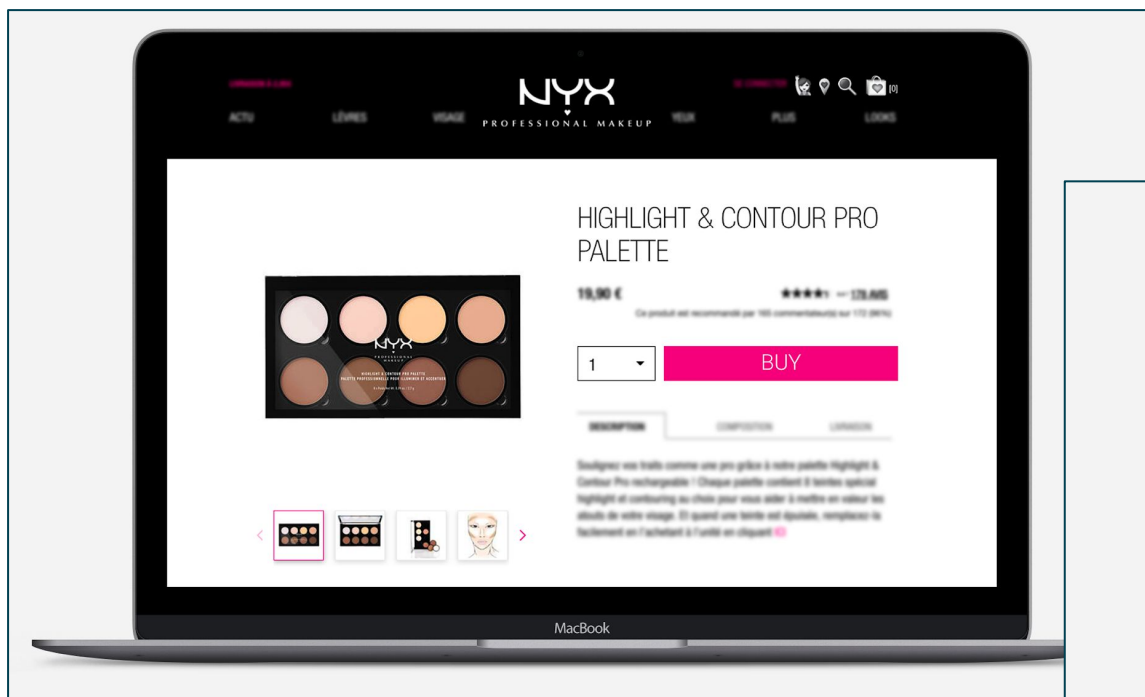
Fuente: [Forbes](#)

Ventajas de crear una comunidad con tus usuarios

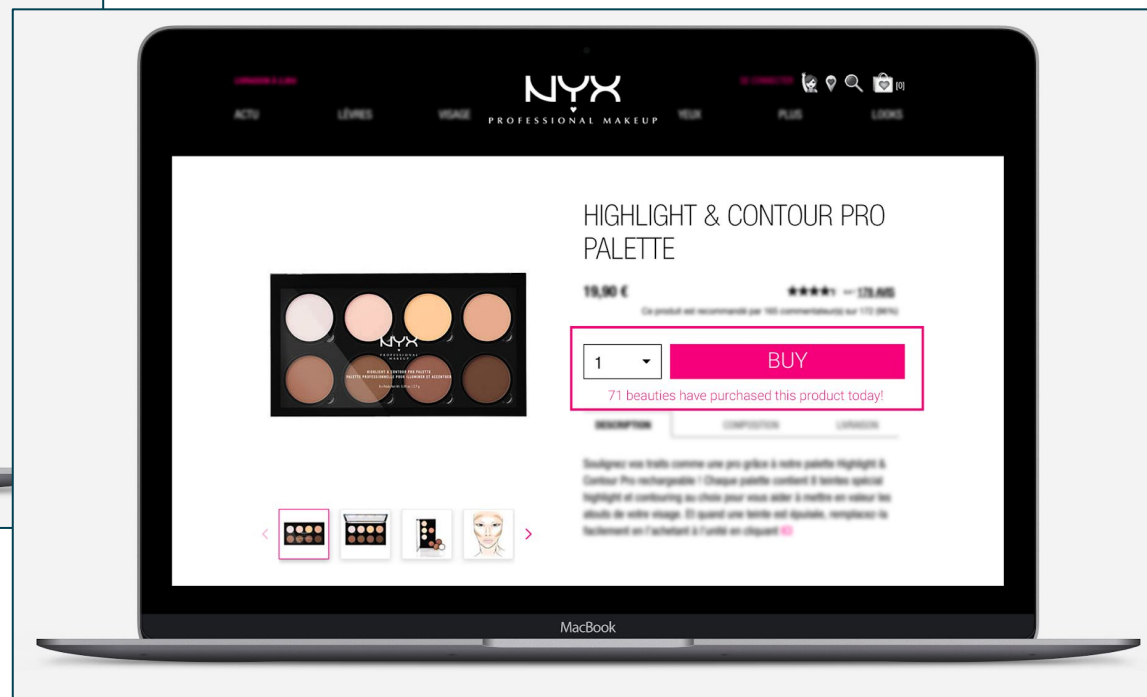
- Los compradores felices se convierten en clientes recurrentes.
- Recomendarán tu empresa: **¡son los mejores embajadores de tu marca!**
- Los clientes recurrentes suponen el 40% de tus ingresos.



Saca provecho a la prueba social



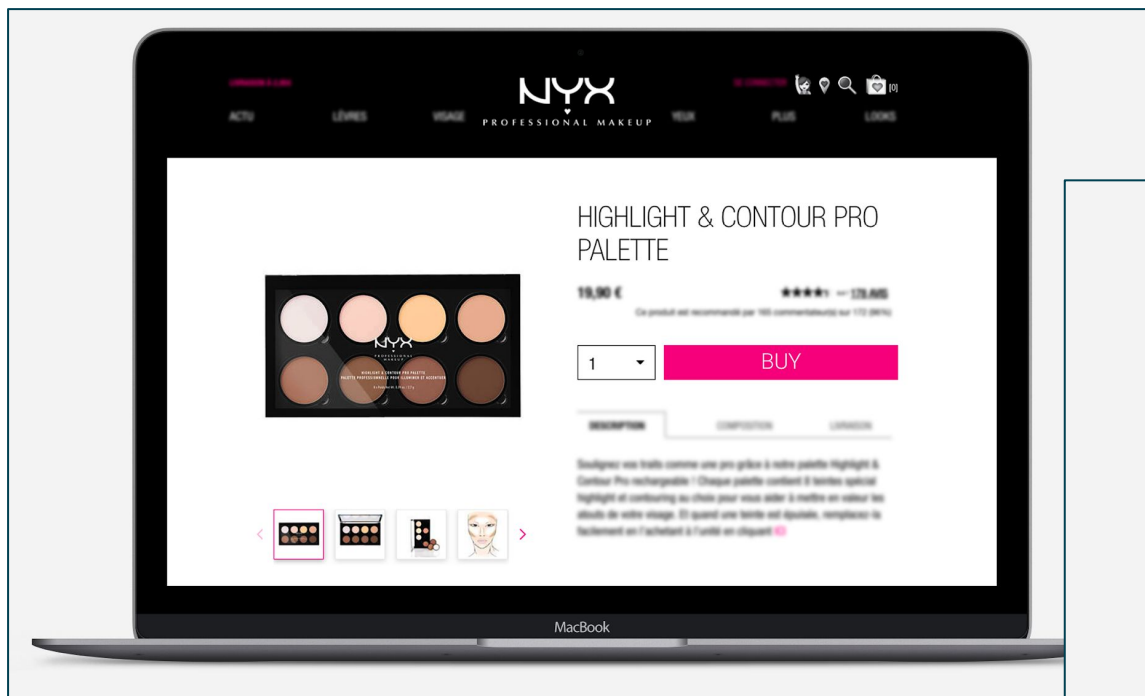
Versión original



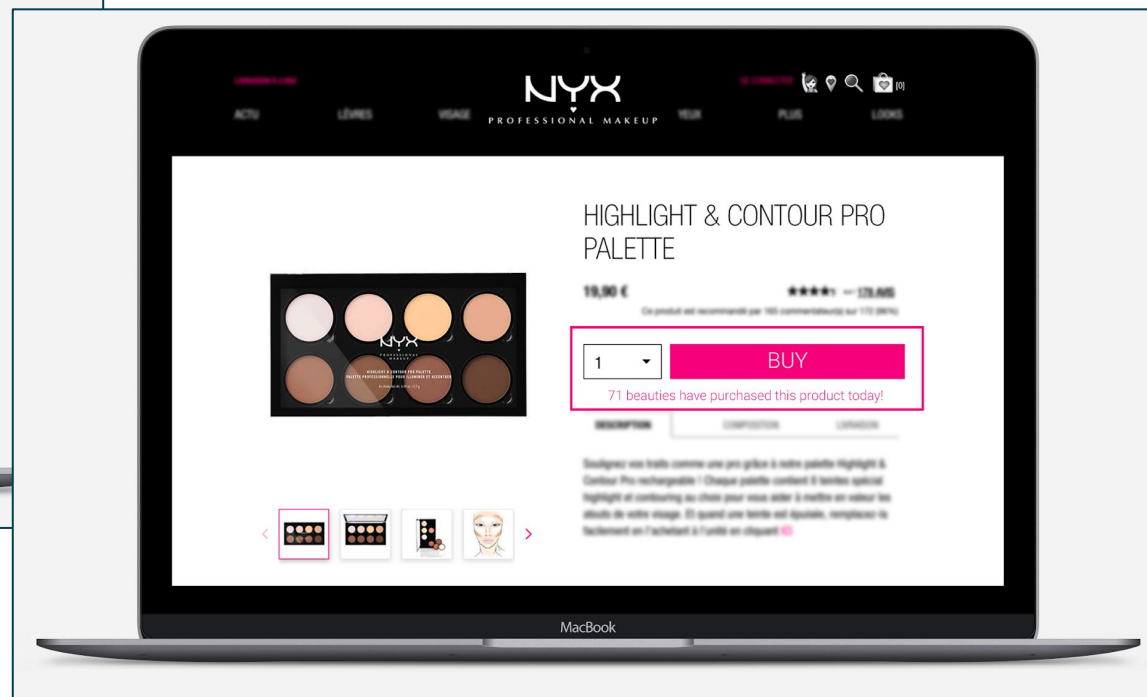
Variación 1

Saca provecho a la prueba social

2x de las transacciones
+43% del CTR
-38% de la tasa de rebote



Versión original



Variación 1

Ayuda a tus usuarios a pasar el tiempo



vodafone_es • Follow

vodafone_es ¿Necesitas una guía de supervivencia para el #teletrabajo, los niños y la #cuarentena? Con estos mini tips, todo estará bajo control (parental 😊)

2w

234 likes

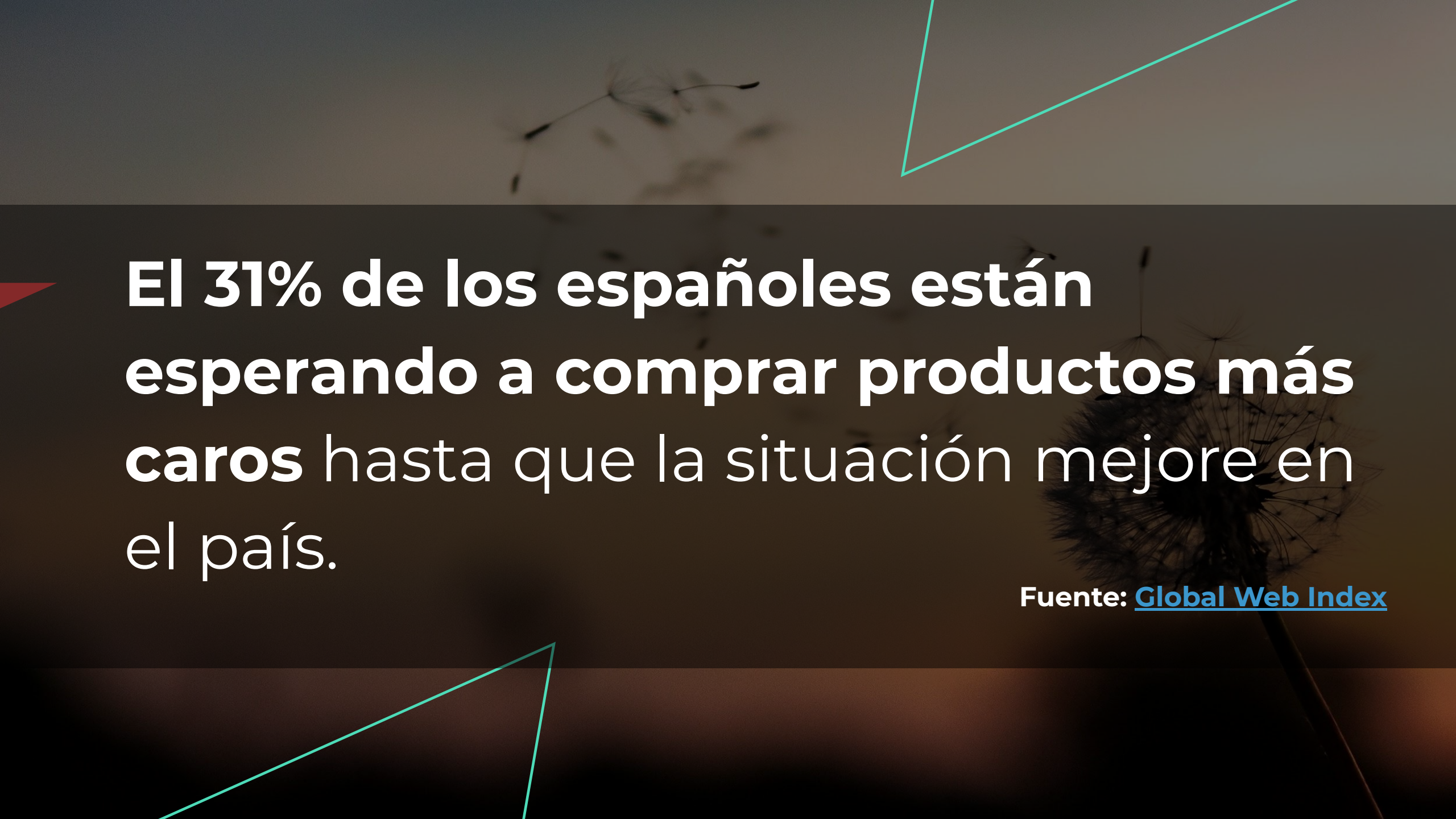
MARCH 26

Add a comment... Post

6. Prepárate para el post Covid-19

➤ *Cuida las listas de deseos*





El 31% de los españoles están esperando a comprar productos más caros hasta que la situación mejore en el país.

Fuente: [Global Web Index](#)

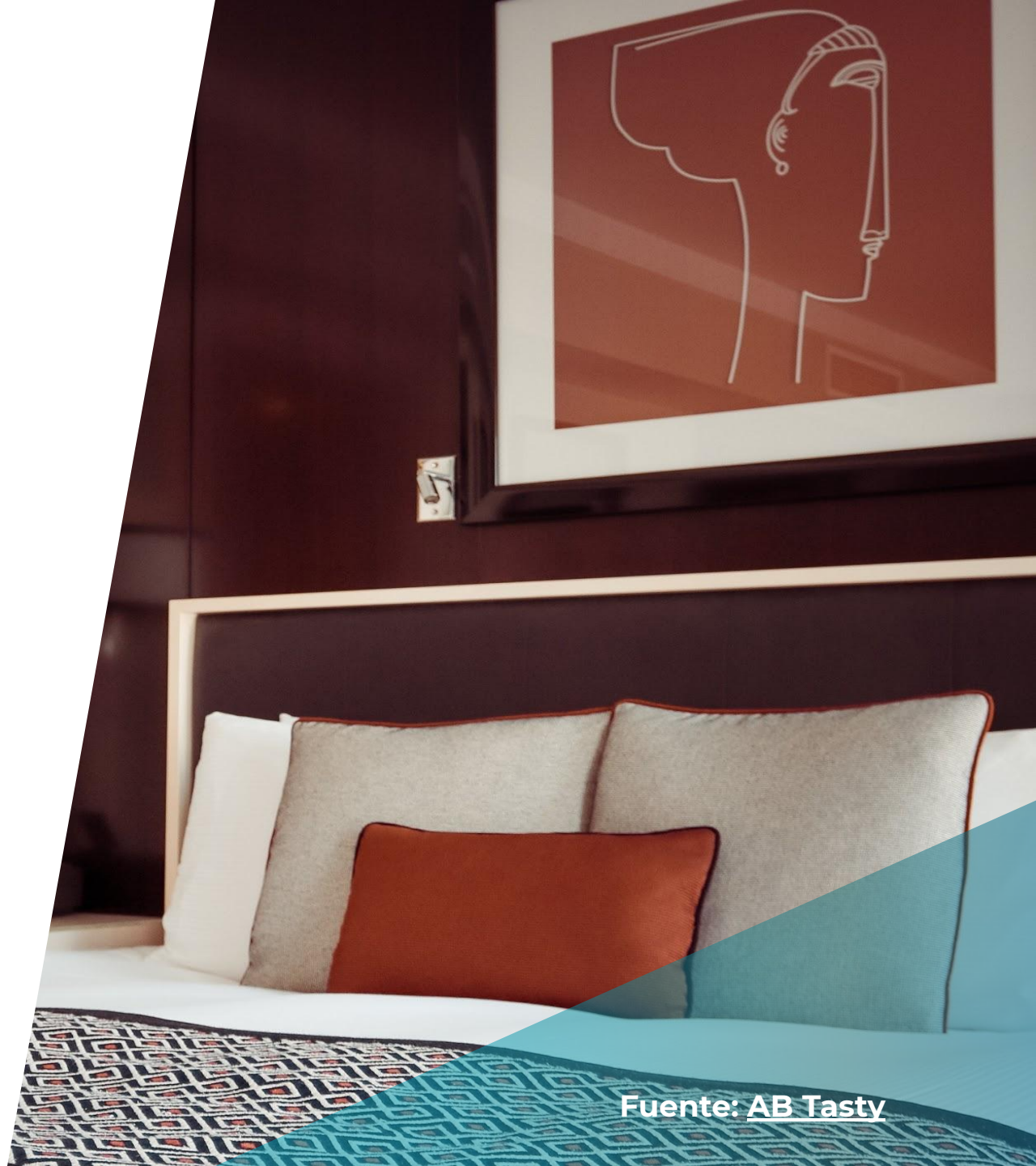
Garantiza que tus productos sigan en el top of mind

- ¿Tu página tiene ya una *wish list*?
- Emplea **estrategias para el abandono del carrito**: *¿cómo lograr que los usuarios recuerden tu marca y productos?*
- **¡El remarketing es clave!** *¿Estás optimizando tus acciones de personalización?*
- **Personaliza tu web**: resalta los productos más populares.



Automatiza la optimización de las imágenes

- Inspiración: Best Western® Hotels & Resorts.
- Lograron **elegir la mejor imagen** para sus páginas de producto.



Fuente: [AB Tasty](#)

Automatiza la optimización de las imágenes

- Inspiración: Best Western® Hotels & Resorts.
- Lograron **elegir la mejor imagen** para sus páginas de producto.

+25% de las transacciones

+24% clics en “Consultar disponibilidad”

+10.000 imágenes testeadas

Optimiza tus imágenes automáticamente con Image Matchmaker

Fuente: AB Tasty

➤ *Continúa
interaccionando con
tus usuarios*



No debes desconectar con tus usuarios

- El silencio es un desacierto y será castigado por los consumidores.
- Migra los compradores de tienda física a tu ecommerce.
- En caso de que no puedas vender, desde lo digital (web, blog) añade valor a tus usuarios. Ej: [SantaFixie](#)

¿QUÉ HAY DE NUEVO?

Diario de supervivencia para ciclistas en confinamiento

Estar confinados durante algunas semanas se nos puede hacer eterno si no encontramos estímulos que nos distraigan. Así que hemos reformado este rincón de nuestra web para convertirlo en una ventana a la que puedes asomarte y ver contenido entretenido, didáctico o simplemente gracioso que creemos que te podría interesar. Iremos añadiendo documentales, carreras de fixies, tutoriales, bicis molonas, etc ... constantemente, así que pásate varias veces al día para ver cosas nuevas y desconecta un rato mientras dura el confinamiento por el COVID-19.

Te recordamos que seguimos trabajando con la normalidad que esta situación excepcional nos permite. Nuestro equipo de oficina trabaja desde casa desde el miércoles 11 de Marzo. El equipo de almacén trabaja con máscara y guantes, extremando las medidas de distanciamiento. Los transportistas nos entregan mercancía y recogen pedidos a muchos metros de nuestros trabajadores, siguiendo todas las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.

Comparte este diario con tus amigos



¿Qué podemos hacer?

- Puedes optimizar tus procesos, funnel.
- No perder la oportunidad de trabajar el branding en la etapa de consideración.
- Trabaja en aquello que no sueles tener tiempo: web en otros idiomas, analizar otros mercados, mejorar la planificación.
- Repensar el formato.
- Sigue invirtiendo en publicidad.



Prepárate para el futuro cercano

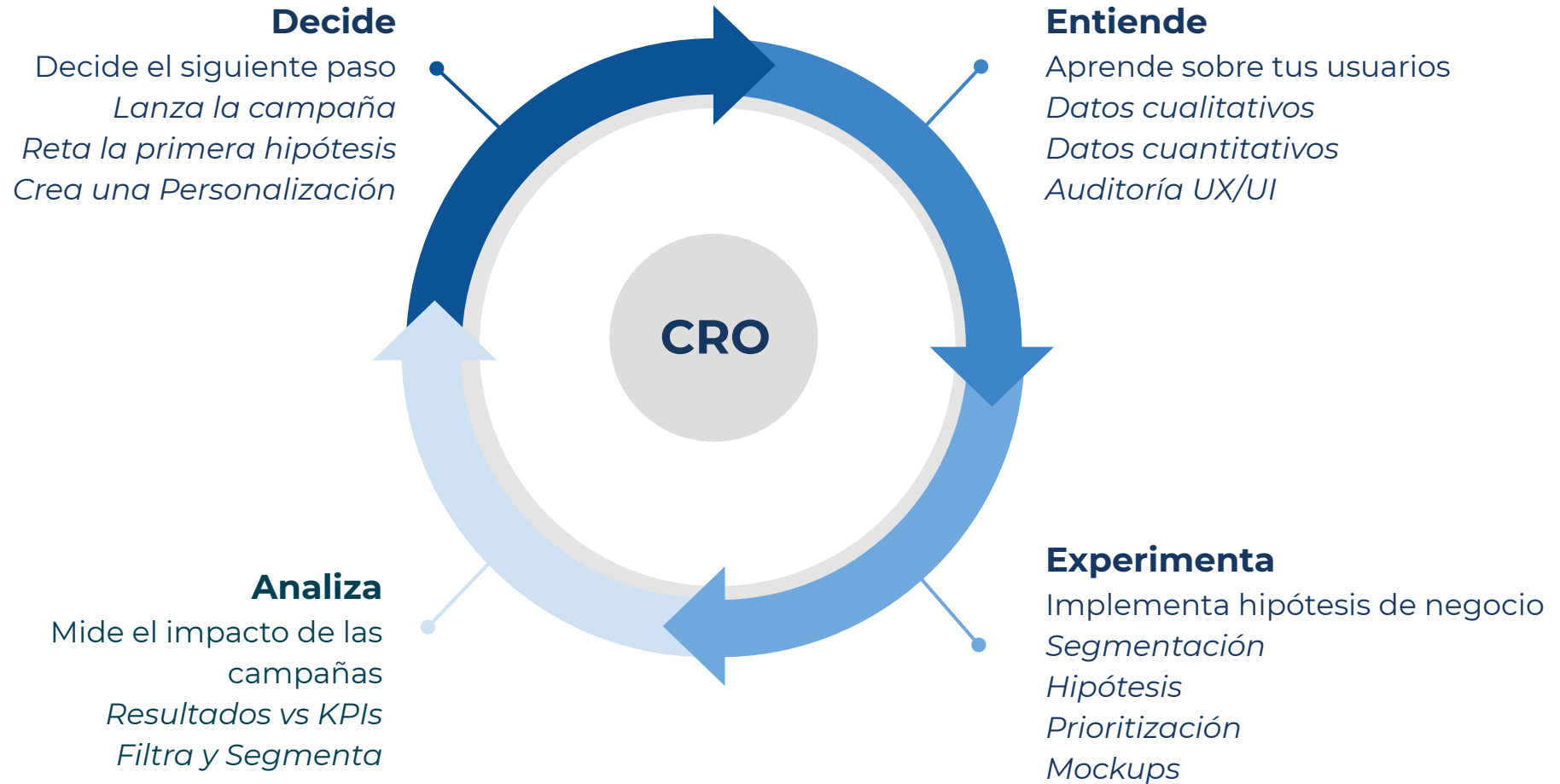
- Trabaja en mantenerte en la mente de tu consumidor.
- Prepárate para la re-apertura de las tiendas físicas.
- Genera alianzas para llegar a la mayor cantidad de gente en el menor tiempo.
- De acuerdo a tu negocio: busca nuevos formatos.
- Piensa qué es lo que tus clientes van a necesitar: qué aportar a la vuelta a la normalidad.



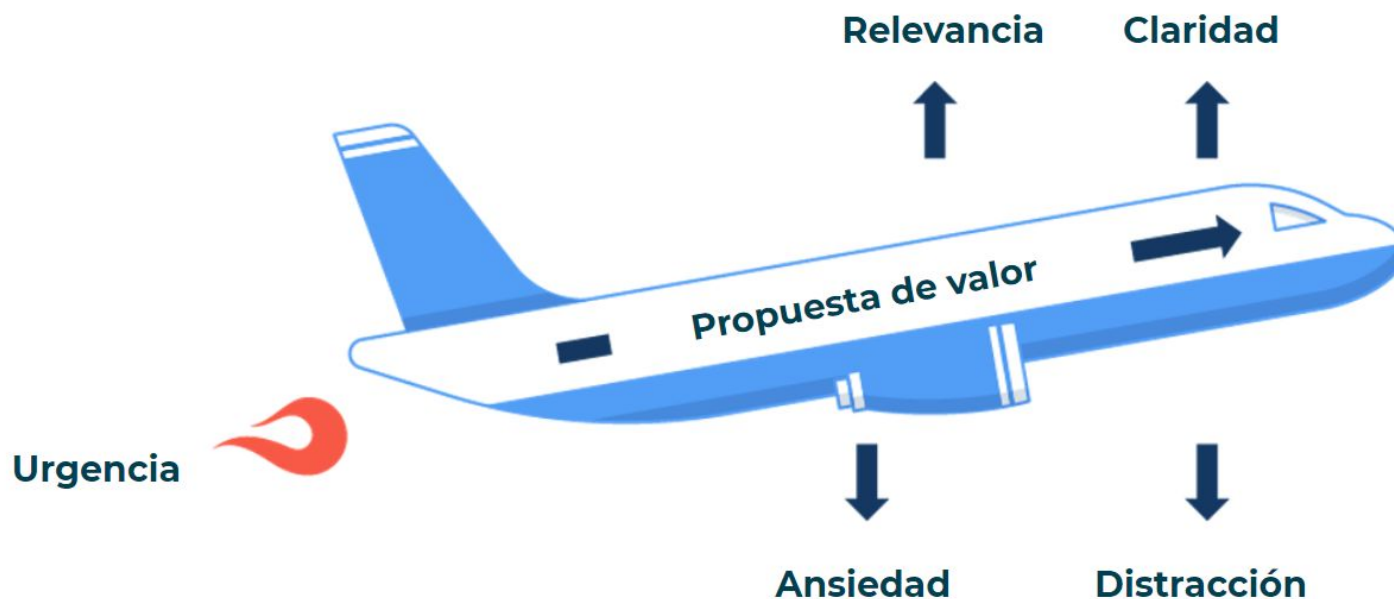
➤ *Test & Learn: Crea un ciclo de optimización continua*



Crea un ciclo de optimización continua



El modelo LIFT: La clave para crear un roadmap



Relevancia

Muestra al usuario lo que buscaba al visitar tu página.

Claridad

Expresar claramente la propuesta de valor y los CTAs.

Urgencia

Muestra al usuario lo que buscaba al visitar tu página.

Ansiedad

Reducir el umbral de incertidumbre.

Distracción

Disminuir las posibles distracciones.

Cómo crear un roadmap

- **¿Cómo se eligen qué campañas realizar?**
Identificamos *weak points* con un análisis previo.
- **¿Cuántas campañas se realizan cada mes?**
Esto depende, en gran medida, del sector y las necesidades del cliente. Normalmente, realizamos entre 3 y 4 mensuales.
- **¿Cómo se priorizan las campañas?**
Utilizando la metodología PIE.



Prioriza tus campañas con la metodología PIE

1

Priority

- Business priority
- Pain points
- Page traffic

2

Impact

- Modifications
- Segment targeted
- Pages targeted

3

Ease

- Technical set up time
- Resources
- Global mechanic complexity

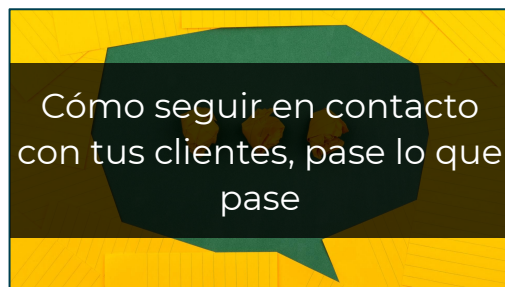
7. Recursos para empezar

Sigue descubriendo nuevas ideas:

AB Tasty



Artículos:

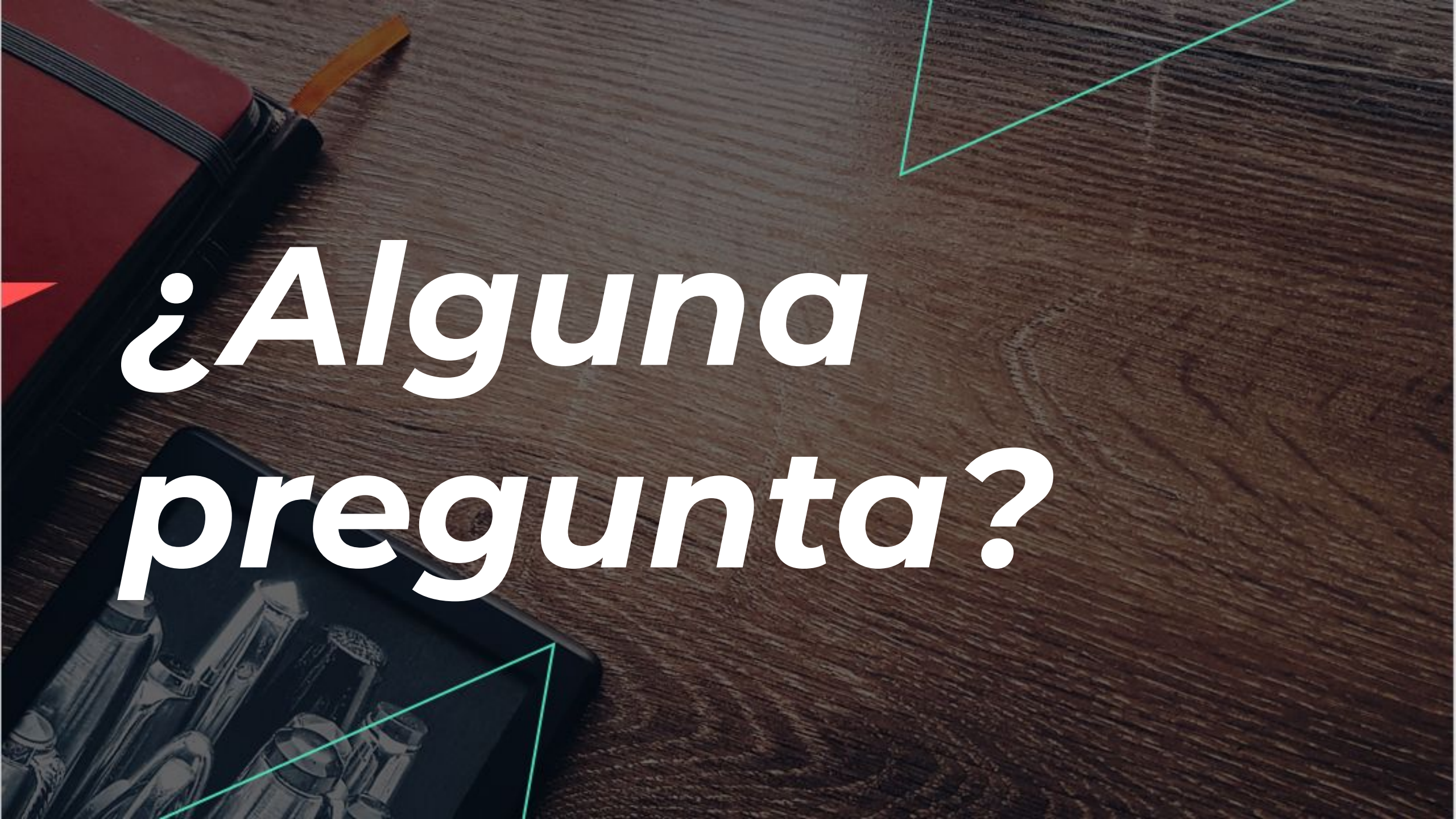


Customer Experience Touchpoints: How New Touchpoints are Evolving Customer Expectations

Meeting these expectations takes the right approach and the right technology.

by  Salvador Lopez, Marketing Manager at Magnolia





***¿Alguna
pregunta?***

El ganador es...



AB Tasty
magnolia®

¡Muchas gracias!



Sumit Khemlani

Customer Success
Team Leader
en *AB Tasty*



Andrés Auchterlonie

Marketing Coordinator
Spain, Portugal and LATAM
en *Magnolia*