

Webinar

RAPIDAPTACIÓN: CÓMO ADAPTAR EL MARKETING Y LA EXPERIENCIA DE CLIENTE A LA NUEVA NORMALIDAD

3, 5, 10 y 12 de noviembre de 2020 (10 h)

De 9:30 a 12:00 h

La nueva realidad económica y social que nos ha traído la pandemia del coronavirus solo deja una elección a las empresas desde el punto de vista del marketing y la gestión: **la rapidaptación**. La rapidaptación supone una adaptación rápida a una nueva realidad, revisar los modelos de negocio, revisar también los modelos relacionales, que cada vez se desarrollan en un entorno más digital, reconstruir el customer journey y trabajar en la retención de los clientes.

En este entorno de incertidumbre es necesario agudizar el sentido de la observación, la conciencia plena y el ingenio

creativo-disruptivo para generar nuevas oportunidades de especialización en los procesos, productos y servicios y poder gestionar a unos clientes con nuevas necesidades y motivaciones de compra.

Recordemos: ¿renovarse o morir? Es necesario planificar la nueva normalidad, adaptarse rápidamente a ella. La rapidaptación es la improvisación inteligente de hoy y la planificación de mañana y pasado mañana. Urge la rapidaptación a cortísimo, corto, medio y largo plazos.

PROGRAMA

1. INTRODUCCIÓN RAPIDAPTACIÓN. EL IMPACTO DE LA COVID 19 Y CÓMO ES POSIBLE GESTIONARLO

Contexto:

- La hipochondría predomina en todos los sectores
- Muchas pymes desaparecen. Contextos sectoriales y de Galicia
- El teletrabajo y teleaccción se expanden
- La solidaridad se ha puesto de manifiesto: prima y debe primar sobre lo individual
- La experiencia digital es única y necesaria para paliar las distancias entre personas y entre empresas

2. CÓMO ORIENTAR LA EMPRESA A UN NUEVO CONTEXTO: LA NUEVA NORMALIDAD

2.1. RAPIDAPTACIÓN-REENFOQUE y REVOLUCIÓN PERMANENTE

- Revisar, el modelo de negocio. Océanos azules vs. océanos rojos. Buscar la unicidad
- Revisar los modelos relacionales. Funcionar por prioridades
- Rapiadaptar el customer journey centrándose en la seguridad y la higiene, pero dando valor a la calidez, la proximidad y la humanización de cada contacto
- Rapiadaptar la retención para evitar a toda costa la defeción de clientes
- Gestión estratégica del precio desde la doble perspectiva: caja y reputación
- "Paqueting". Paquetizar es el nuevo modo de VENDER

2.2. CÓMO REORIENTAR LA EMPRESA Y LOS MODELOS DE TRABAJO

- Gig economy?

2.3. MODELOS DE RELACIÓN CON STAKE HOLDERS

- Empleados
- Accionistas
- Sociedad en general

3. ECOMERCE EL FENÓMENO PHYGITAL

- Cómo agilizar la digitalización
- Cómo aprovechar y desarrollar las aplicaciones de IA (inteligencia artificial)
- Cómo rentabilizar los datos desde hoy: el big data y la compra predictiva se convierten en esenciales
- Cómo incrementar la personalización
- Experiencia de cliente e internet: la lucha por la atención
- Cómo competir (si es el caso) con Amazon e interactuar con los marketplaces

4. COMUNICACIÓN DE MARKETING EN LA NUEVA NORMALIDAD

(Perspectiva: marketing de bajo presupuesto)

- Tono de la comunicación
- Canales de comunicación: publicidad, promoción, etc.
- Promoción (las promociones serán imprescindibles para ajustarse al poder adquisitivo del consumidor). Cómo hacer promoción
- Contenido y reputación, cómo manejar la comunicación transmedia, con gran relevancia del video corto
- Inbound y marketing de contenido
- Como manejar el (bajo) presupuesto de comunicación

5. LA NUEVA EXPERIENCIA DE CLIENTE

- Métricas
- El nuevo marketing sensorial
- El nuevo wow
- La relevancia del comarketing en la nueva experiencia de cliente
- La figura del empleado omnicanal
- Experience design
- La clave está en la personalización a buen precio

6. IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA Y EL TRANSPORTE EN EL MARKETING POST COVID

- La cadena de suministro ágil y segura
- Las operaciones físicas contactless
- Aumenta la experiencia de compra en automóvil (*click and collect, pick up* y similares)
- Metacrilato y plexiglás en la relación con clientes
- Logística de la distribución, impacto COVID

7. LA MEZCLA DE LAS 10 R'S:

- Rapiadaptación. La nueva no planificación planificada: ponerse hitos
- Relación con clientes en pro de la fidelización
- Retención y defensa de cartera
- Reactivación de la clientela tras el parón
- Rentabilización. Análisis de todo: productos, clientes.. Cómo encontrar la rentabilidad
- Resonancia vía un branding emocional estratégico y planificado
- Risa (comedida) y tono comunicacional en positivo
- Referenciar y viralización de mensajes
- Recolocación de productos, presupuestos y reposicionarnos en el nuevo mapa competitivo
- Remontar el vuelo en un entorno competitivo global

8. COLOFÓN

- Infografía marketing de crisis "new normal"

OBJETIVOS

- Aprender técnicas concretas para enfrentar la situación de la nueva normalidad desde la

perspectiva de marketing / comunicación y experiencia de cliente.

DIRIGIDO A

- Directores y responsables de marketing, comunicación y/o experiencia de cliente
- Técnicos de marketing
- Otros profesionales interesados en entender el marketing post covid 19

- Directores, managers y gestores de PYMES que tengan interés en aprender técnicas de marketing y experiencia de cliente para la nueva normalidad

METODOLOGÍA

La metodología empleada es eminentemente práctica y participativa. Este curso busca la aplicación inmediata de lo aprendido en el entorno profesional del participante. Basada en un método de trabajo asistido e interactivo, combinará a lo largo de toda la formación, las explicaciones del formador con la realización de casos y ejercicios a través de los que

los asistentes podrán desarrollar y llevar a la práctica los contenidos aprendidos. En todo momento se fomentará la participación de los asistentes y su interacción con el docente, quien dará múltiples consejos de aplicación inmediata, basados en su conocimiento de la realidad empresarial y con el objeto de aclarar sus dudas y resolver los problemas que se les planteen.

NOTA

¿Qué necesitas para participar en el Webinar?

- Ordenador conectado a Internet.
- Altavoces para poder escuchar, y recomendable webcam para vernos.
- Micrófono para poder hablar. En caso de no contar con micrófono, puedes participar a través del chat de la plataforma.

- El acceso al curso se facilitará cuando se confirme la inscripción, una vez finalizado el plazo de matrícula.

ponente

Juan Carlos Alcaide

Sociólogo especializado en marketing con más de 25 años de experiencia profesional en consultoría y gestión empresarial. Ha trabajado en más de 120 proyectos de consultoría con el foco puesto en experiencia de cliente y fidelización, y en casi todos los sectores de actividad (telecomunicaciones,

energía, gasolineras, funerario, seguros, banca, automoción, ingeniería, contact center, alimentación, retail, innovación y emprendimiento, silver economy y geriatría, hospitales..). Autor de doce libros de marketing y experiencia de cliente, es miembro de la junta directiva de MKT Asociación de Marketing de España y de Thinking Heads.

RAPIDAPTACIÓN: CÓMO ADAPTAR EL MARKETING Y LA EXPERIENCIA DE CLIENTE A LA NUEVA NORMALIDAD

Nombre y apellidos:
DNI:

Empresa / Institución:
CIF: Cargo:

Sector / Actividad:
Dirección:

Localidad:
Provincia: C.P:

Teléfono: Fax:

Correo electrónico:

Autorizo expresamente el envío de información La Fundación Empresa – Universidad Gallega es la responsable del tratamiento de los datos personales proporcionados bajo su consentimiento y le informa que estos datos serán tratados de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (GDPR) y demás normas que puedan resultar de aplicación, con una finalidad de remitir comunicaciones electrónicas de contenido formativo. Los datos serán conservados durante el tiempo necesario para atender dicha finalidad no siendo cedidos a terceros, en el momento en que dejen de ser necesarios para tal fin se suprimirán adoptando para ello las medidas de seguridad que garanticen la seudonimización o destrucción total de los mismos. El usuario garantiza que los datos aportados son verdaderos, exactos, completos y actualizados, siendo responsable de cualquier daño o perjuicio, directo o indirecto, que pudiera ocasionarse como consecuencia del incumplimiento de tal obligación. El usuario podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, limitación en el tratamiento, oposición y portabilidad de los datos para lo que deberá dirigir una comunicación por escrito a la empresa (feuga@feuga.es / Rúa Lope Gómez de Marzoa s/n Campus Vida 15705 Santiago de Compostela), adjuntando copia del documento acreditativo de su identidad, y concretando el derecho o derechos que desea ejercer



IMPORTE

Matrícula

325 € | Incluye la documentación y certificado.

Descuentos

Socios y CEDE FEUGA 10% en todos los cursos.

Demás interesados 10% Tercera inscripción y sucesivas para el mismo curso de la misma empresa | 5% Inscripciones anticipadas (hasta 15 días antes de la fecha de inicio). Los descuentos no son acumulables.

MATRÍCULA

Inscripción

Pueden inscribirse a los cursos en www.feuga.es (sección Cursos de formación, jornadas y eventos) o enviando el boletín de inscripción cumplimentado a la dirección de correo electrónico feugaformacion@feuga.es

Formalización de la matrícula

Para formalizar la inscripción será necesario realizar el pago del curso antes de la fecha límite de inscripción. Aquellas empresas que no puedan cumplir con este requisito deberán contactar con el área de formación para estudiar su casuística particular.

La confirmación de la actividad se realizará una vez finalizado el plazo de inscripción.

En el caso de que se produzcan bajas con posterioridad a dicha confirmación, el importe de matrícula quedará en depósito para futuros cursos. De producirse con anterioridad, se procederá a su devolución. Lo mismo ocurrirá cuando FEUGA se vea obligada a cancelar o posponer un curso.

En caso de indisponibilidad de la persona inscrita, la empresa podrá sustituirla en cualquier momento, previo aviso al área de formación de FEUGA.

Fecha límite de inscripción

27 de octubre de 2020

FORMA DE PAGO

Cheque o transferencia bancaria a favor de FEUGA

Entidad: BANCO SABADELL GALLEGO | **Nº de cuenta:** ES10 0081 5363 2500 0109 7315 / BSAB ESBB

Importante enviar copia del justificante de pago antes de la fecha de inicio del curso

Por correo electrónico feugaformacion@feuga.es

www.feuga.es
Búscanos en...



SEDE FEUGA

Rúa Lope Gómez de Marzoa s/n
Campus Vida | 15705 Santiago de Compostela
T. +34 981 534 180 | F. +34 981 524 351

OFICINAS FEUGA

Área comercial, local A-9
Campus Universitario | 36310 Vigo
T. +34 986 469 110 | F. +34 981 524 351

Almirante Lángara, s/n
Campus Riazor I 15011 A Coruña
T. +34 981 250 903 | F. +34 981 524 351