



## **Marketing empático: cómo Waze conecta con su comunidad en tiempos difíciles**

**Por Erin Clift, CMO en Waze**

Los mapas digitales en la actualidad son una herramienta que los usuarios utilizan de manera común y se han vuelto parte fundamental de sus rutinas diarias. Pero, ¿cuál debe ser el objetivo real de esas aplicaciones que pareciera que únicamente te enseñan a ir del punto A al punto B?

Quién crea que lo anterior es el único fin de desplegar las calles y vialidades de una ciudad en tu celular, se equivoca. En Waze, creemos que en tiempos difíciles, como el que atravesamos debido a la pandemia, debemos generar estrategias de marketing que sea empático con los usuarios. ¿En qué consiste? Se trata de basar los esfuerzos al interior de la organización enfocados en crear un beneficio para el usuario final, entendiendo el contexto por el que atraviesa.

Actualmente, más allá de evitar el tráfico y alertar a la gente sobre congestionamientos y accidentes, en Waze creemos que los esfuerzos por mejorar, innovar y hacer una aplicación funcional, deben ir orientados por completo a generar valor y una emoción positiva en las personas. No queremos ser una app que únicamente te lleve a tu destino, sino que los beneficios de utilizarla terminen en alegrías como llegar a cenar con tu familia o antes de que tus hijos se duerman.

También se trata de reimaginar la relación entre marcas y conductores ante el contexto de la crisis sanitaria que vivimos. Los anuncios dentro de nuestro mapa no únicamente tienen el objetivo de conectar con el consumidor en movimiento, sino de ayudar a quien en un momento determinado necesita encontrar un centro de salud, un establecimiento para abastecerse de insumos o una clínica que realice pruebas de Covid-19. Buscamos ser, además de funcionales, una app que genere emociones positivas al usuario.

La comunidad está en el centro de todos los esfuerzos de Waze. De hecho, es de esas personas, de sus reportes y del feedback que nos dan, que creamos nuevas herramientas y convertimos ideas en funciones que hacen más llevadero su tiempo atorados en el tráfico. Creemos que, especialmente durante tiempos de pandemia, es fundamental comprender las necesidades de la gente cuando de salir en auto se trata.

Y esto siempre ha estado dentro del ADN de Waze, una aplicación basada en una comunidad de 130 millones de usuarios, actualmente la más grande del mundo, donde cada uno de ellos



están constantemente ayudándose entre sí en tiempo real, tanto dentro del mapa como fuera de las vialidades.

¿Cómo lograr un impacto positivo en las vidas de los usuarios y colaboradores de Waze? Escuchándolos de forma constante. Cuanto más podamos saber sobre ellos, más fácil será ofrecerles una plataforma que les permita conectarse entre sí, ayudarse y obtener beneficios recurrentes al viajar.

En tiempos difíciles, es importante aportar valor al usuario incluso por delante de los propios objetivos comerciales de la marca. Cuanto más valiosa se vuelve una plataforma para el usuario, más importantes se vuelve su utilización diaria, o frecuente, y se genera una mayor fidelidad que cuando únicamente vendes u ofreces un buen producto.

###

### **Acerca de Waze**

**Waze** alberga la red más grande de conductores, los cuales trabajan juntos diariamente para eludir el tráfico ahorrando tiempo y dinero. La *app* recomienda las rutas más rápidas con base en la conducción en tiempo real y la información proporcionada por millones de usuarios. **Waze** cambia la forma en que los conductores se mueven a través de actos cotidianos de cooperación. Para **Waze** las mejores soluciones de movilidad provienen de la tecnología, lo cual permite a las personas trabajar juntas. Desde desviaciones hasta ofertas relevantes de marcas favoritas, **Waze** es uno de los compañeros de manejo más completos en el mercado.

Para descargar de forma gratuita la *app* Waze para iOS o Android, visita:

<http://www.waze.com>

Para más información de la política de privacidad de Waze, visita:

<https://www.waze.com/legal/privacy>