

another

7 básicos para incorporar tu negocio a la nueva normalidad

Una de las lecciones más grandes que hemos aprendido durante el periodo de pandemia que estamos viviendo es la siguiente: adaptación rápida para asegurar una mejor supervivencia. Y no hacemos referencia únicamente a la salud: la economía global ha tenido que recibir lo equivalente a muchos años de aceleración digital en cuestión de meses.

Dentro de este gran espectro, las micro, pequeñas y medianas empresas (también conocidas como MiPyMES), que en países como México toman la función de motores esenciales de la economía, se vieron fuertemente golpeadas por los efectos de la contingencia, pero también por la falta de financiamientos y los modelos de operación alejados de la tecnología.

Según datos de la segunda **Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por Covid-19 en las Empresas (ECOVIED-IE)** levantada por el INEGI, más de un millón de MiPyMES mexicanas bajaron sus cortinas de forma definitiva: de los 4.9 millones de establecimientos censados antes de la pandemia, sólo sobrevivieron 3.9 millones.

Sin embargo, ¡no todo el escenario es negativo! Por fortuna, la tecnología está jugando de nuestro lado: las PyMES han probado la innovación desde distintas áreas con plataformas de comercio electrónico o perfiles en redes sociales para sus negocios, disfrutando de ventajas significativas, como mantener su plantilla, continuar con actividades a pesar de las restricciones, evitar cierres y hasta contemplar un futuro crecimiento.

Pero vamos por partes: es importante tener estrategias y acciones de venta y *marketing* claras para insertar o cimentar un plan de negocio hacia esta nueva realidad que hoy vivimos. Podemos basarnos en tres pilares fundamentales: generación de eventos, sembrado de productos, y uso y mejor aprovechamiento de tecnología digital. Revisa y sigue estos consejos:

1. **Lo híbrido hoy es el nombre del juego.** En México se vive una tercera ola del COVID, pero la experiencia nos ha enseñado a acoplarnos a las experiencias virtuales y, ya ahora, a saberlas combinar con la reapertura de lo presencial. A esto se conoce como lo **phygital**. Las audiencias y consumidores tienen las herramientas tecnológicas necesarias en sus hogares para vivir la experiencia de diversos productos y servicios, por ello lo *phygital* no es para nada cosa de ciencia ficción.
2. **El semáforo determina lo que se puede hacer.** La pandemia no ha terminado y muchas entidades están modificando el color de sus semáforos de salud. Por ello, con el fin de planear una estrategia efectiva para potenciar tu negocio, es importante saber que la salud es primero y estar atento a las acciones que dependan del semáforo epidemiológico para evitar modificaciones en el plan.

another

3. **Considerar el envío de productos personalizados.** Una de las tendencias que más piden los futuros clientes y audiencias para hacer negocios con una empresa o contratar un servicio es tener una experiencia personal: quieren saberse únicos para una marca y lograr una mejor conexión. Para lograr este sentido de identidad es importante considerar gestiones de eventos virtuales y enviar sencillos obsequios o kits con los nombres de los asistentes. De esta manera, no te expones ni expones a tus clientes, pero aun así les das un detalle significativo.
4. **Resalta digitalmente los beneficios del producto.** La industria 4.0 permite el uso de la tecnología hasta donde llegue la creatividad del usuario. Actualmente, las estrategias de marketing se han extendido hasta la animación digital, videojuegos y actividades en línea para posicionar un negocio y mantener, de forma creativa, la misión y visión de una marca o negocio. No tengas miedo de utilizar las plataformas a tu alcance para entrar a todos los canales disponibles y generar el mayor *engagement* con tus audiencias y consumidores.
5. **Potencia las vías digitales a través del *content marketing*.** En la mayoría de las ocasiones no es suficiente un sitio web o tus perfiles en las redes sociales. Lo esencial es construir con ellas un entorno digital propio que atraiga a la audiencia. Es fundamental un plan sólido de creación de contenidos que le hablen de manera personal y directa, así como con un buen posicionamiento SEO para que la empresa aparezca lo más arriba posible en los buscadores.
6. **Automatiza y simplifica procesos.** Las actividades repetitivas restan tiempo y eficiencia. Elaborar un plan de digitalización significa dejar en automático aquellas cosas más simples para concentrarse en operaciones que requieren toda tu atención. Al automatizar procesos, la empresa conseguirá mejorar el funcionamiento interno y hasta predecir el comportamiento de los posibles clientes.
7. **Siempre mide los resultados.** Cuando nos ejercitamos, debemos medir nuestro peso, talla y progreso para saber qué resultados hemos obtenido, ¿cierto? Bien, pues lo mismo sucede al momento de tener un negocio o posicionar una marca: a la hora de poner en marcha la estrategia digital es fundamental conocer el impacto de todo lo que se ha puesto en marcha, y esto se logra sólo midiendo las acciones realizadas. Es importante contar con unos buenos indicadores, o KPI (por sus siglas en inglés), que analicen, por ejemplo, la tasa de rebote, los números de seguidores en redes sociales, su *engagement* y hasta el número de clics en tus páginas.

¿Quieres conocer más sobre estrategias y planes digitales para tu negocio? En **another** contamos con un grupo de expertos multidisciplinarios que colaboran con el objetivo de desarrollar tu marca y hacerla llegar hasta donde tú quieras, ya sea de forma digital, presencial o híbrida. ¿Tienes más dudas? Conversemos, estamos dispuestos a ayudarte.