

Especialista explica como adaptar-se ao novo normal em tempos de infodemia

Roberto Ferreres, professor e autor do livro Marketing Digital, explica como adaptar-se ao novo normal em tempos de infodemia

6/10/2020 10:24:45 AM

Infodemia é a comunicação e informação em tempos de pandemia.

É uma grande repetição de impactos da mesma informação e conteúdo diversas vezes por toda grande mídia, saturando a capacidade de absorção de novas informações, pois todo o foco da informação é em torno de um mesmo assunto, que, em muitas vezes, são assuntos violentos e traumáticos, com efeitos psicológicos e financeiros, além de todo o risco a saúde e sobrevivência. Uma pandemia como essa muda as necessidades, comportamentos de consumo, culturas, hábitos e também o mercado.

Segundo o autor Philip Kotler, o Marketing se originou para atender as necessidades e desejos do mercado. E quando o mercado muda, o Marketing também muda, as necessidades mudam, o consumo muda e nascem as novas tendências e oportunidades a partir do novo comportamento do consumidor e o aumento da audiência na internet.

Os novos comportamentos do consumidor em meio a essa Pandemia, segundo os estudos apontam, resultaram em um grande aumento de vídeo conferência para uso profissional e pessoal, aumento do uso e audiência das redes sociais, em especial o "app do momento", o Tik Tok, educação remota online, delivery para itens de mercado, aplicativos de bem-estar (ex: meditação e vida balanceada), serviços de streaming (ex: Netflix, Prime Video, games e YouTube ao vivo), treinos online, jogos online, telemedicina, home office, delivery para kits de refeição, aumento de contas de bancos digitais, entre muitas adaptações em diversos setores. Pensando no presente e refletindo no futuro com essas direções, sugiro as seguintes dicas de marketing digital.

1 . Fazer um cronograma de postagens e ações:

É necessário organizar e planejar o que a empresa precisa postar de conteúdo que gere valor para as redes sociais, ou seja, em produção de fotos, vídeos e textos. Desenvolver um cronograma com todos os dias do mês.

2. Pesquisa etnográfica:

A palavra etnografia significa a descrição de um povo. Esse tipo de pesquisa vem ganhando muito espaço na área das mídias sociais. É uma pesquisa qualitativa, que realmente leva o pesquisador para campo, para entender a cultura e os hábitos de consumo da sociedade. É hora de entender as mudanças do cliente, o que está acontecendo com ele e como o negócio pode se adaptar, para continuar atendendo as novas necessidades do cliente.

3. Ter atenção com o perfil do público das redes sociais, através das métricas que fornecem dados importantes como idade, sexo, região, melhor horário e dia de postagens e quantidade de curtidas.

4. DIY,

É a abreviação da frase inglesa "do it yourself", que significa "faça você mesmo". Nesse momento de quarentena, as pessoas estão desenvolvendo novas habilidades, ou por necessidade ou por desenvolvimento pessoal. Empresas podem ensinar a utilizar produtos com guias práticos ou tutoriais explicativos, como uma oportunidade de aumento da experiência, ensinando conteúdos de alto valor para a usabilidade do cliente.

5. Ações solidárias:

Com tantas pessoas passando necessidades no País, as empresas tem se mostrado solidárias com a sociedade e passam a mostrar que não estão no medo apenas por lucro,. É fundamental passar a missão e valores para da empresa para os clientes.

6. Gerar esperança com ações positivas.

Todas as crises passaram e essa irá passar também. Fazer comunicação sempre com mensagens positivas.

7. Marketing no Whatsapp:

Utilizar a plataforma WhatsApp Business com pluggins ou a plataforma Blip, da empresa Take, que auxilia a verificação da sua conta. Fazer disparos com mensagens positivas para clientes, fornecendo comodidade, aproveitar os contatos e oferecer promoções.

8. Focar nas vendas

Vender é importante, mas é resultado de uma série de ações. O ideal é contar histórias, novidades, curiosidades sobre sua marca nas redes. Não focar em vendas e promoções. Procure gerar uma conexão emocional com a marca. Abraçar virtualmente os clientes e ter empatia é o novolike.

9. Conteúdos que inspiram:

O conteúdo é a cara da empresa na internet. Produzir conteúdo com muito cuidado e carinho. Pesquisar o que realmente o cliente quer consumir nas redes sociais, para encantar e gerar uma ligação emocional com a sua marca.

10. Oferecer mimos e atenção humanizada para o futuro cliente quando ele solicitar um orçamento. Ser pró-ativo, tirar todas as dúvidas e ser cordial quando ele entrar em contato com a empresa. Gerar confiança e criar conexões reais no marketing direto.

11. Aumentar o alcance da sua rede social:

Para alcançar mais usuários na rede é necessário criar ações e conteúdos que viralizem entre influenciadores e compartilhamentos de clientes com futuros clientes ou impulsando a rede com tráfego pago, utilizando plataformas de anúncios no Google, YouTube, Facebook, Instagram e portais com grande relevância.

12. Consumidores estão com um senso de individualidade local. Estão dando maior valor ao comércio local.

13. Tik Tok:

É a rede social ideal para engajar mais com o público jovem. Produzindo conteúdos engraçados e divertidos, seguindo os trends.

14. Gatilhos de promoção:

Com o PIB despencando em queda livre, as pessoas, por instinto de sobrevivência financeiro e com o futuro incerto do mercado, são atraídos por produtos e serviços que apresentem vantagens de preços, comparados antes da pandemia. Mostrar sempre vantagens competitivas em relação a negociação.

15. Criar parcerias de valor:

Em momentos de crise até concorrentes viram aliados. Fazer parcerias com outras marcas ou influenciadores e focar na negociação ganha-ganha. Nas redes sociais é possível fazer ações de COLAB, onde as marcas ou influenciadores comunicam os públicos com diferentes parceiros, aumentando a audiência e relevância.

"Boa sorte! Agora é colocar em prática e comunicar com o mercado", afirma Roberto Ferreres.

@robertoferreres