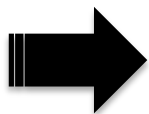


APRENDIZAJES INTERNACIONALES DE MARKETING & COMUNICACIÓN ANTE EL COVID-19

EL PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN DE MARKETING

Construir un puente entre marcas y personas que permita acercar su oferta de productos y servicios buscando satisfacer las necesidades de las personas de forma eficiente y rentable.



La participación cultural de una marca representa el **25%** de la decisión de compra de un consumidor.

Maneras en que tu marca puede ser culturalmente relevante:

58%

Devolviendo a la comunidad

54%

Poner a los clientes primero

50%

Ser inclusivo de una amplia audiencia

47%

Apoyar problemas sociales que benefician a todos

MARCAS SIGNIFICATIVAS

A la gente no le importaría si el **77%** de las marcas desaparecieran.

Los 6 roles del contenido:



INSPIRAR



ENTRETENER



EDUCAR



AYUDAR



RECOMPENSAR



INFORMAR



Las marcas más significativas generan KPIs más altos

APRENDIZAJES:

- No suspendas la comunicación de tu marca.
- Adapta tus estrategias de comunicación.
- Ofrece productos o servicios que ayuden a la sociedad.
- Informa con claridad.
- Apela a lo emocional.