

Manifiesto en torno al discurso

De marcas y administraciones
en tiempos del Covid-19

Lobo.

El mundo ha cambiado en tan solo unas semanas y no podemos hacer mucho más que acatar la normativa vigente y ser la mejor versión de nosotros mismos: quedarte en casa, lavarte las manos y ser absolutamente cívico y responsable con las personas que nos rodean.

¿Pero cómo ha de comportarse nuestra empresa?
¿Qué se espera de cada firma o cada administración?
Es momento de recordar, hoy más que nunca, que una marca es un organismo vivo cuya identidad ha de adaptarse a cada cambio del mundo en el que habita; y es precisamente ahora cuando las marcas han de demostrar (demostrarnos) de qué pasta están hechas, porque es momento de sumar. Es momento de ser de verdad.

**Piensa siempre (siempre)
en tu cliente y en las personas
que hay detrás, precisamente
lo que hace falta en momentos
complicados es empatía.**



**Te recordarán por lo que
hagas cuando todo va mal,
es el momento de demostrar
por qué eres una marca
que respetar.**



**Piensa en tu equipo,
el capital humano es lo que
le aporta valor a tu empresa
o administración.**



**Da ejemplo, no uses hashtags
ni lugares comunes si después
no eres coherente con ellos.**



Asúmelo con serenidad: habrá pérdidas, pero si lo piensas las consecuencias económicas no son nada comparado con las humanas, intenta relativizar.



No hagas como si no pasara nada, la situación es diferente e ignorarlo no te hará bien.



¿Qué necesidades pueden tener tus clientes en esta situación? Hazte la pregunta adecuada: ¿cómo puedes ayudarles?



**Si tienes una tienda online,
sé comprensivo: ofrece
posibilidades fáciles de cambio
y devolución de los productos,
o incluso amplía estos plazos.**



Busca inmediatamente soluciones para que tus clientes puedan seguir comprando tus productos (envíos gratis o teléfonos gratuitos de atención).



**Es momento de tener
un detalle para alegrar
a las personas en este
periodo; quizá un descuento,
una gratuidad o un regalo
por compra.**



**No te olvides de comunicarte
con tu público, puedas o no
puedas vender, sé una marca
consciente, una marca amiga
y cercana.**



**Ofrece a tus clientes algo que
no puedas vender: recetas,
cursos o descargables.**



**Sé honesto comunicando
las decisiones de la empresa
y no tardes mucho en hacerlo,
siempre es mejor que lo sepan
por ti.**



**Tus empleados son tus
primeros y grandes
prescriptores, nunca olvides
fidelizarles.**



Sé de verdad.



Lobo es una agencia digital especializada en storytelling. Más de veinte años creando campañas y desarrollando ideas en torno a nuestro ideario: creemos en la honestidad y en las cosas bien hechas.

Lobo.

loboagenciadigital.com