

# 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](http://loboagenciadigital.com)