

Este documento no es confidencial.
Si crees que puede ser útil para tus colegas de trabajo y para otras empresas, difúndelo.

#EsteVirusLoParamosUnidos









El impacto del coronavirus en el mundo digital

Marzo de 2020

digital@hacemoscosas.es

Índice

	El e-commerce se dispara	3
	El tráfico web repunta sobre todo desde el móvil	7
	¿De qué forma puede tu marca ayudar a personas y a la sociedad en estos difíciles momentos?	10
	Muchas iniciativas tienen como objetivo a largo plazo la generación de negocio	18
	Oportunidades (o el impulso definitivo) para las marcas que lo han hecho bien en digital	23
	La crisis del COVID19 va a acelerar tendencias de comportamiento en marcas y consumidores	30

El e-commerce se dispara



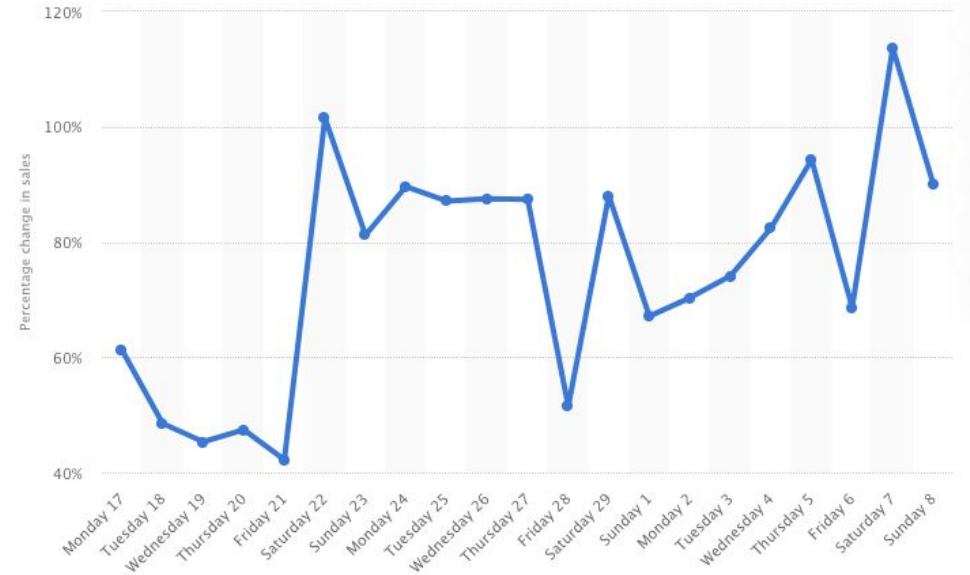
El e-commerce bate récords en Italia

europapress / economía finanzas

Publicado 23/03/2020 14:49:20 CET

El confinamiento en Italia por coronavirus hace crecer el 'e-commerce' un 82,3%, según Aecoc

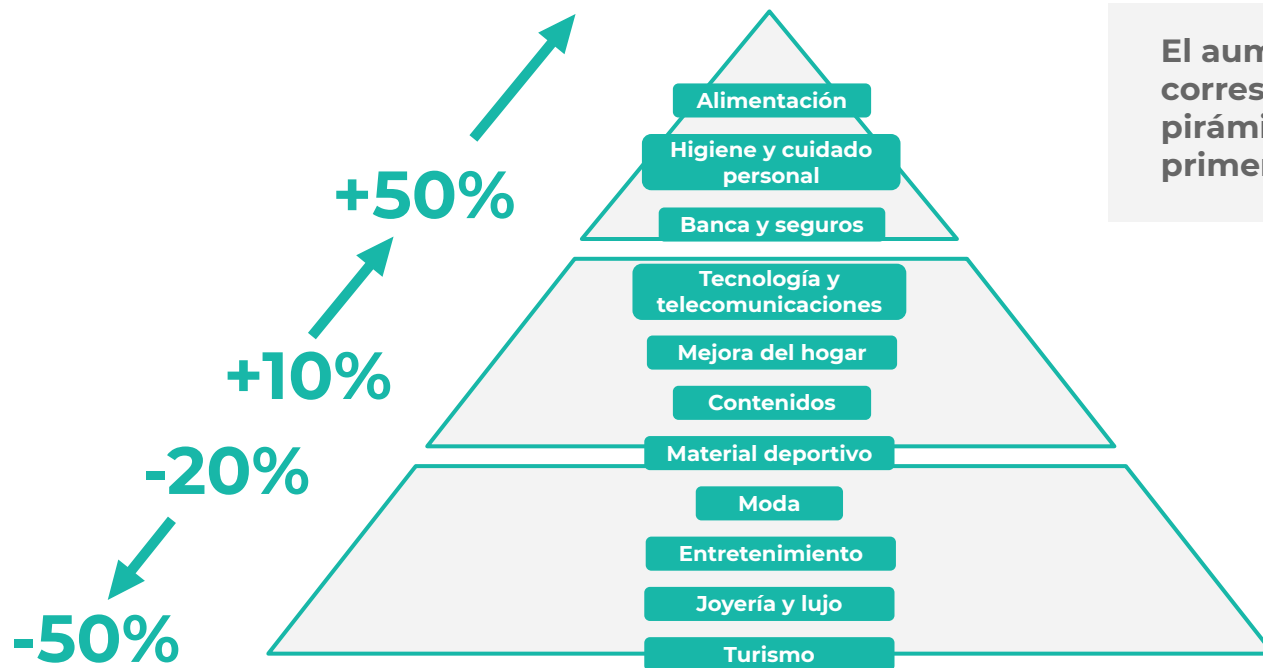
Crecimiento del gasto en e-commerce en Italia 2020 vs. 2019



Fuente: Statista

El e-commerce amplía su público

Los consumidores han tenido que adaptarse a esta nueva forma de consumo y **el perfil de compradores online se ha visto ampliado a personas más mayores** y que nunca se habían enfrentado a comprar por internet



El aumento de las compras corresponden con la lógica de la pirámide de Maslow, cubriendo primero las necesidades básicas.

Como empresa, ¿qué puedes hacer?

El e-commerce cobrará aún más importancia tras la crisis del COVID19. El crecimiento estará ligado a la adquisición de nuevos hábitos -incorporación de gente más mayor poco habituada hasta ahora, así como conocimiento de nuevos e-commerce-.



Digitalización de información de productos

El usuario demanda una información de producto completa y transparente y contenidos que le aporten en el proceso de compra.



Diseñar tu estrategia de venta online -propia y/o en marketplaces-

El canal online saldrá fortalecido de esta crisis y es el momento de preparar una estrategia que te abra nuevas oportunidades de negocio.

El tráfico web repunta sobre todo desde el móvil

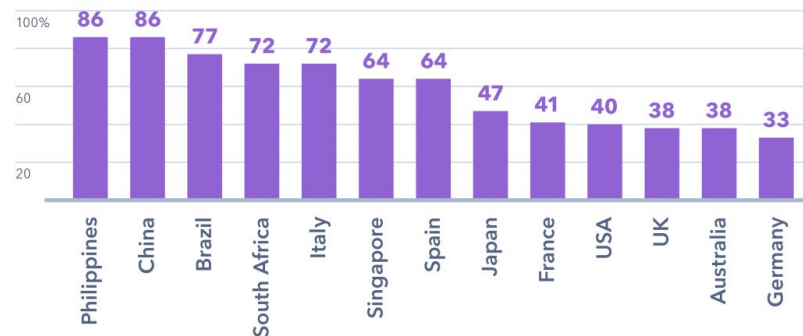


Consumimos más contenido y desde dispositivos móviles

El tráfico de nuestra web de contenidos de bricolaje, decoración y manualidades, [Handfie.com](https://www.handfie.com), ha crecido un **61%** en los 10 días posteriores a la declaración del estado de alarma (14-24 marzo), respecto a los 10 días anteriores (3-13 marzo).



% de personas que han incrementado el uso de su dispositivo móvil durante la crisis del COVID



Como empresa, ¿qué puedes hacer?

En lo que se refiere a contenido, la transmisión en vivo, los vídeos cortos, los tutoriales y los memes están contribuyendo a aportar valor a los consumidores, al complementar las actividades diarias como comprar alimentos, cocinar o informarse.



Genera contenidos de valor

Sé previsor. Durante una crisis, aguantan mejor las marcas que han generado confianza y valor a lo largo del tiempo. Tener detrás un cliente fiel se va a hacer mucho más importante.



Analiza y mejora tus canales propios

El usuario será más selectivo y demandará marcas que generen confianza. Es buen momento para analizar qué tipo de información ofreces.

**¿De qué forma puede tu marca
ayudar a personas y a la sociedad
en estos difíciles momentos?**



Las **iniciativas** de muchas marcas estos días están **marcadas por la solidaridad**

Directamente **donando productos** al personal sanitario

PcComponentes dona 500 móviles para que médicos en cuarentena puedan atender posibles casos de Covid-19



Estamos muy orgullosos de poder colaborar con la Comunidad de Madrid. Hoy enviamos esta partida de Vestuario Sanitario al Hospital de IFEMA. Ánimo a todo el personal sanitario y resto de trabajadores que están luchando día a día.

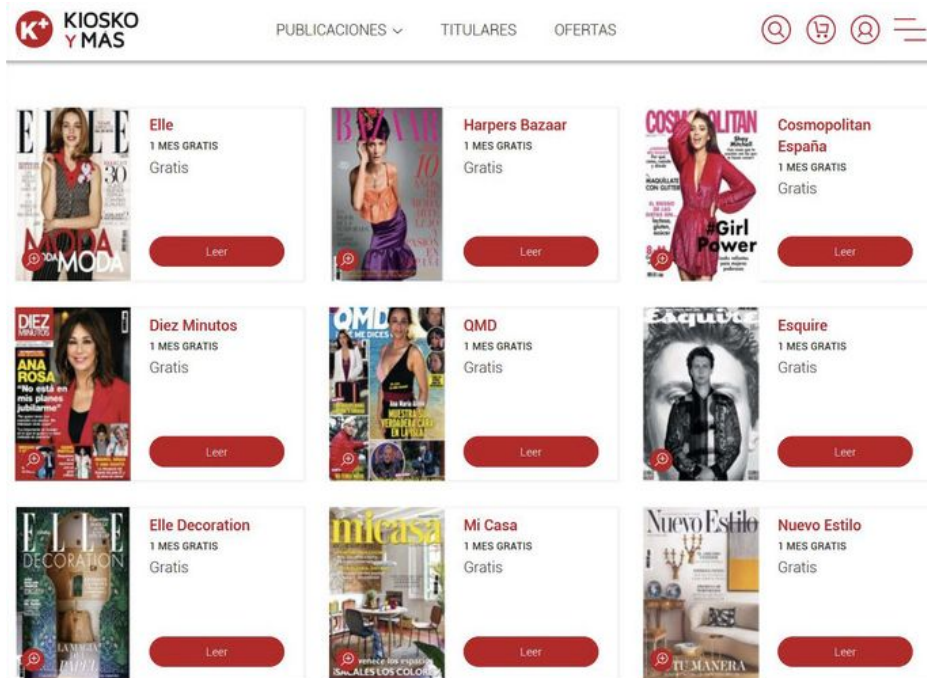
[#estamosjuntosenesto](#) [#quedateencasa](#)
[#workwear](#)



   154 · 11 comentarios

Las iniciativas de muchas marcas estos días están marcadas por la solidaridad

Ofreciendo contenido gratuito de entretenimiento



El grupo editorial Hearst -editor de revistas como Elle, Cosmopolitan, Diez Minutos, micasa o Nuevo Estilo-, ofrece de forma gratuita sus revistas durante la crisis sanitaria.

**También... generando
contenido emotivo y
liderando movimientos**



Marcas que se unen al movimiento #YoMeQuedoEnCasa

Ahora más que nunca, demandamos marcas comprometidas



Marcas que inician movimientos

En un contexto de fortalecimiento de las relaciones sociales, de sentimiento de comunidad, los clientes quieren cercanía



3:01 p. m. · 21 mar. 2020 · Twitter for iPhone

31,9 mil Retweets 131 mil Me gusta

Marcas responsables que generan contenido útil viral

CÓMO LIMPIAR TU MÓVIL

(PARA EVITAR CONTAGIOS)

CADA DÍA TOCAS TU MÓVIL UNAS **2600** VECES

TU PANTALLA PUEDE ALBERGAR MÁS DE **600** BACTERIAS

UNAS **30** VECES MÁS QUE EN LA TAZA DEL VÁTER (OMG!)

¡RELAX! SIGUE ESTOS TIPS Y TODO ESTARÁ CONTROLADO:



1. APÁGALO Y RETIRA LA FUNDA Y DEMÁS ACCESORIOS

2. LIMPIALO CON UNA TOALLITA DESINFECTANTE SWAVE (60% AGUA Y 40% ALCOHOL)

3. NO LO LIMPIES CON PRODUCTOS QUÍMICOS ABRASIVOS, DAÑARÁS LA PANTALLA (EJ: LIMPIACRISTALES)

4. NO SE LO DEJES A NADIE ENSEÑA LOS MEMES TÚ MISMO, HARÁN GRACIA IGUAL





Como empresa, ¿qué puedes hacer?

En un contexto de fortalecimiento de las relaciones sociales y de sentimiento de comunidad, los clientes quieren marcas comprometidas.



Colabora con tu comunidad

¿Tienes una política de Responsabilidad Social Corporativa? En estos momentos, se les ven las costuras a las empresas que no la tienen clara.



Sé valioso para tus clientes, en todo momento

Pocas marcas ofrecen una experiencia notable en todos los puntos de contacto con su cliente. Revisa todos los momentos de interacción con tus clientes. La experiencia de cliente será el área del marketing más relevante en los próximos años (* Fuente: good rebels).

**Muchas iniciativas tienen como
objetivo a largo plazo la
generación de negocio**



Zoom, la herramienta de videoconferencia de la que todo el mundo habla

“Le dije al equipo que en cualquier crisis como esta, no es momento de aprovechar la oportunidad de marketing o ventas. Centrémonos en nuestros clientes.”

Eric. S. Yuan / Fundador de Zoom

¿Qué necesitan mis clientes?



Conectarse por videoconferencia en un contexto de aislamiento familiar y laboral

¿Cómo podemos ayudar?



Acceso gratuito al plan básico de la herramienta:

- Reuniones de hasta 100 personas
- Límite 40 minutos por reunión
- Funciones interactivas

¿Cuál ha sido el resultado?



- 343.000 descargas de la aplicación en 1 día (vs. 90.000 de media)
- Subida en bolsa del 30%
- Aplicación más popular en las tiendas de aplicaciones de muchos países

My Opera Player, la mejor ópera en abierto, para todos, en tiempos difíciles

Además de que la plataforma ofrece el acceso gratuito a todos sus contenidos durante el confinamiento, el director artístico del Teatro Real ofrecerá diariamente una visión documental de cada título

¿Qué necesitan mis clientes?



Entretenimiento en un momento de confinamiento, donde no se puede ir al teatro y emocionalmente complicado

¿Cómo podemos ayudar?



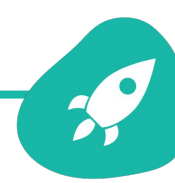
Acceso gratuito a la plataforma de contenidos de la ópera:

- Grabaciones de las mejores óperas en directo
- Contenidos ampliados

Generar nuevos contenidos

- Opiniones del director
- Recitales en directo por Instagram

¿Cuál ha sido el resultado?



- 23.000 altas de nuevos usuarios
- Expectativa de que buen número de los usuarios pruebe el servicio y se conviertan en usuarios de pago una vez pasada la crisis

Como empresa, ¿qué puedes hacer?

*Una cosa es ser oportunista y otra, estar ciego a los cambios.
Surgirán nuevos modelos de negocio y se acelerará la transformación de otros tantos.*



¿Cómo podríamos...?

Muchos modelos de negocio surgen de hacerse esta pregunta ante dificultades o problemas de tus clientes. ¿No crees que es el momento para los valientes?



Genera un espacio de innovación a tu alrededor

Colaboración entre empresas. Desintermediación. Colaboración con tus empleados. Las mejores ideas surgen de los momentos de crisis.



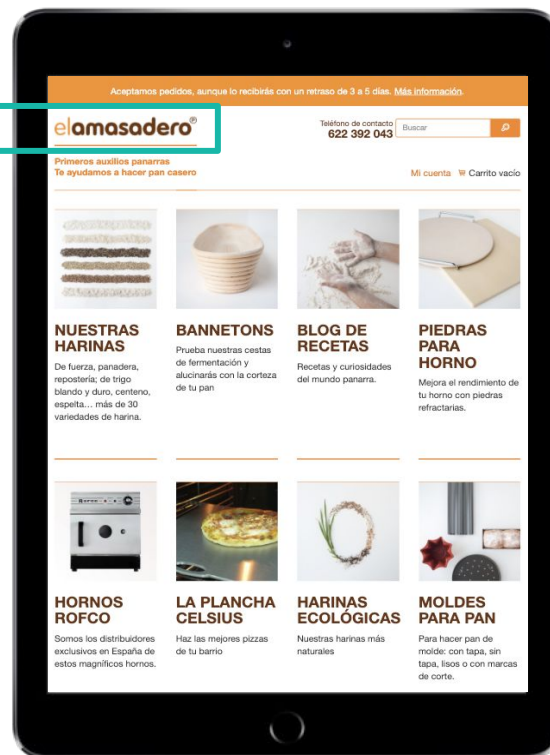
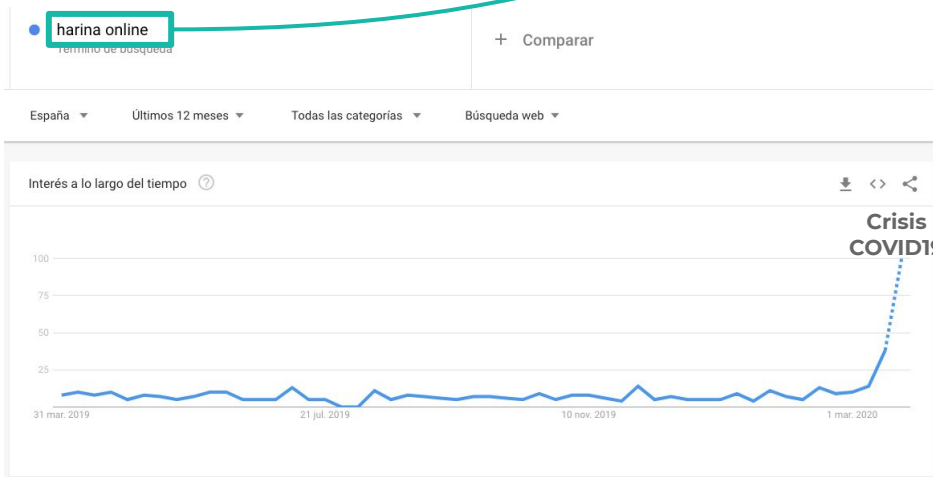
¿Has probado ya nuestra metodología Pains&Pills para desarrollar ideas disruptivas?

Oportunidades (o el impulso definitivo) para las marcas que lo han hecho bien en digital

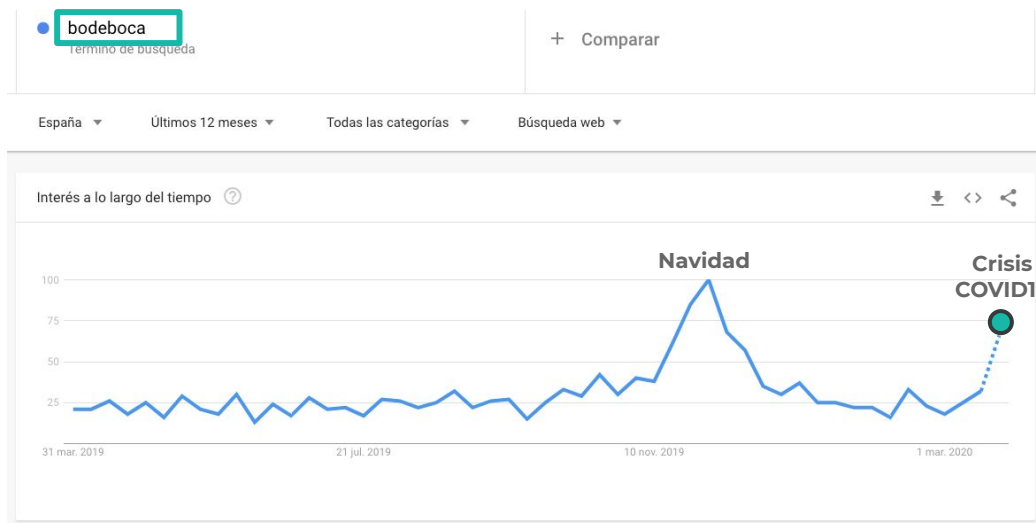


Consolida proyectos que ven definitivamente disparadas sus ventas

El Amasadero, un e-commerce especializado en la venta de harinas



Marcas que **multiplican sus ventas** respecto a 2019 con la expectativa de **fidelizar a muchos nuevos clientes**



BODEBOCA

MENOS BLA BLA BLA Y MÁS GLU GLU GLU

REGÍSTRATE Y RECIBIRÁS 10€ PARA TU PRIMERA COMPRA

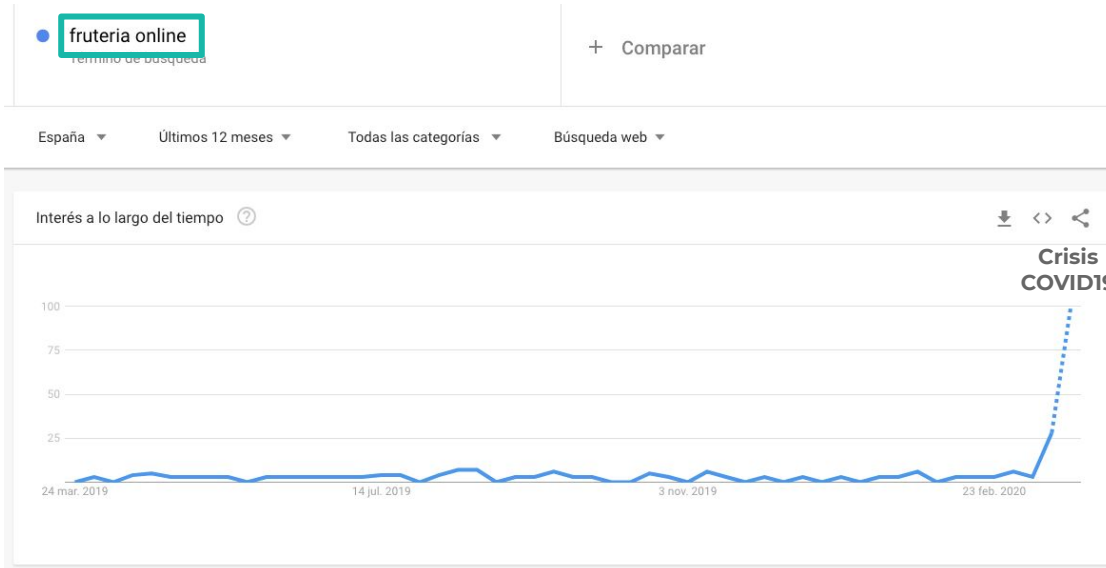
Correo electrónico:

He leído y acepto las [Condiciones generales](#), la [Política de privacidad](#) y la [Política de cookies](#).

REGISTRO

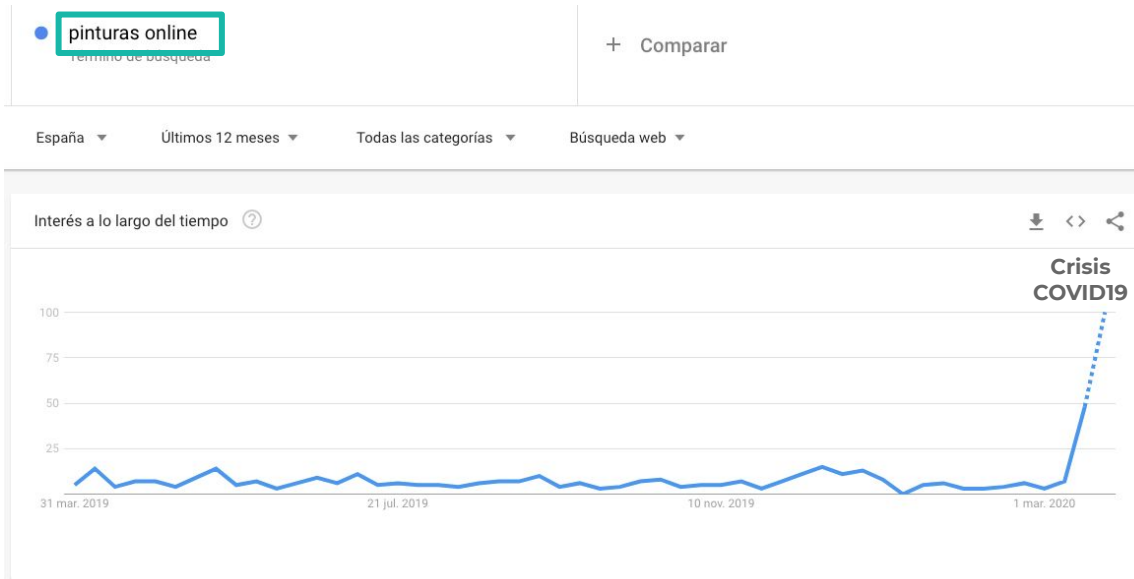
- La búsqueda de la marca **Bodeboca** se multiplica **x6** respecto a la misma semana de 2019.
- La compra de vinos se multiplica **x3** respecto a la misma semana de 2019.
- **Muchos usuarios probarán por 1ª vez la compra de vinos online y muchos quedarán fidelizados con Bodeboca.**

Surgen **nuevas tendencias de búsqueda** que generan oportunidades latentes



Antes de la crisis, la venta online de frescos y productos de supermercado era residual. Con seguridad, la crisis acelerará nuevas tendencias en el consumo.

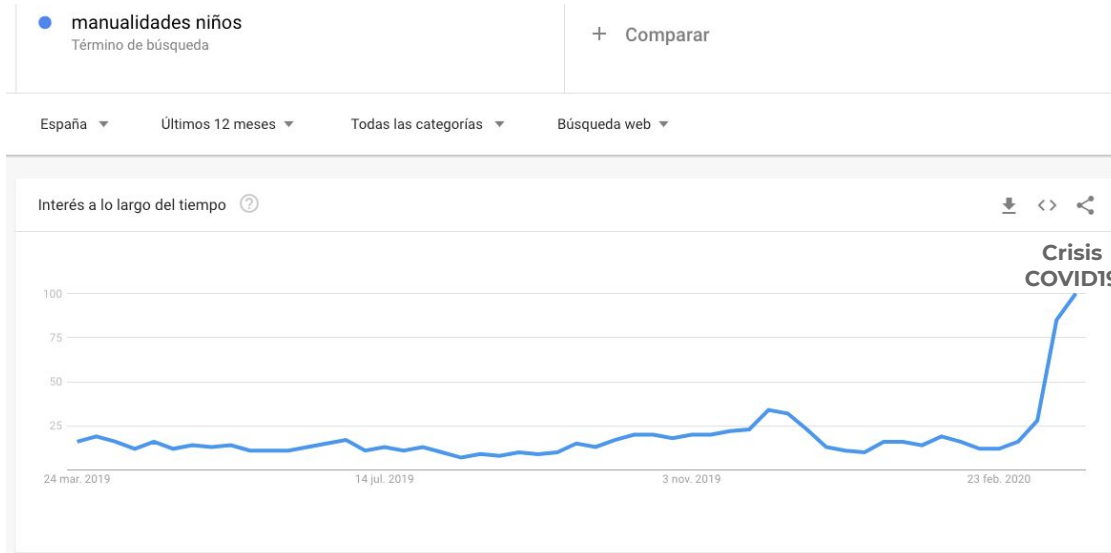
Surgen **nuevas tendencias de búsqueda** que generan oportunidades latentes



De la misma forma, el mercado de las pinturas online era residual antes de la crisis sanitaria. **La demanda de pintura por canales de venta online se ha multiplicado hasta x20 veces.**

¿Se atreverán por fin los fabricantes de pintura tradicionales a vender a través de los e-commerce?

Se multiplican tendencias de búsqueda que generan **oportunidades de futuro**



Las comunidades se agregan por necesidades. Anticiparse a nuevas tendencias permite agrupar necesidades y generar comunidades a las que poder ofrecer una serie de productos y/o servicios de valor para ellas.

Como empresa, ¿qué puedes hacer?

La capacidad de anticipación y el análisis predictivo de la realidad desde un punto de vista global se vuelve vital para los negocios. Las herramientas de analítica permiten a las empresas tener información veraz de las tendencias del mercado.



¿Controlas los datos relevantes para tu negocio?

Aprovecha para monitorizar las fuentes de datos relevantes para tu negocio y que no se te escapen las oportunidades a la vista.



La estrategia digital tiene acciones a corto, medio y largo plazo

Una estrategia digital no se construye en un día. Ahora más que nunca, es vital dar continuidad a las acciones a medio (construcción de marca, anuncios display, marketplaces) y largo plazo (SEO, UX, social media).

La crisis del COVID19 va a acelerar tendencias de comportamiento en marcas y consumidores



¿Cómo nos cambiará la crisis del COVID19?

Fuente: Llorente y Cuenca

Marcas

- **Flexibilidad** en su estrategia, capacidad de transformación y adaptación.
 - **Anticipación** como marca. Visión holística de la realidad y apoyo del análisis predictivo.
- **Colaboración** con el consumidor. Encontrar el punto de unión con sus propósitos.
 - **Compromiso** con la sociedad. Más que nunca, las marcas adquieren un rol social.
- **Apoyo** estable de todos los grupos de interés, que compartan sus valores y apoyen sus decisiones.
 - **Autenticidad** real. La comunicación debe ser transparente y genuina.

Consumidores

- **Incertidumbre y búsqueda de seguridad.** Además, pasaremos más tiempo en casa.
 - **Conciencia personal.** Seremos consumidores más concienciados individual y colectivamente.
- **Consumo digital y creatividad.** La digitalización se acelerará. Compra online, desintermediación y producción de contenidos.
 - **Sostenibilidad medioambiental.** ¿Pasará a un segundo plano o cobrará vigencia?
- **Más exigentes.** Necesidad de información y transparencia constante. Buscaremos marcas que nos hagan la vida más fácil.
 - **Refuerzo de las relaciones afectivas.** Mayor foco en el bienestar personal y relacional por encima del consumo desenfrenado.

Este documento no es confidencial.
Si crees que puede ser útil para tus colegas de trabajo y para otras empresas, difúndelo.

#EsteVirusLoParamosUnidos



El impacto del coronavirus en el mundo digital

Marzo de 2020

digital@hacemoscosas.es