

El nuevo

CONSUMIDOR

HERNÁN LOAIZA SANCHEZ



En la búsqueda de más seguridad

¿Sabias que el consumidor no es el mismo de antes?, pues sí, cada nueva realidad trae una dinámica distinta en los consumidores y por ende un nuevo comportamiento de cara a la compra. Cuando hablamos de un nuevo consumidor es importante tener en cuenta que este actual desde las motivaciones de seguridad, de sentimientos o de recompensa, según Nestor Braidot en su libro **"Neuromarketing" ¿por qué tu cliente se acuesta con otros si dice que le gustas tu?**, los consumidores suelen adoptar posturas de compra según su entorno, la sociedad y la económica.

Sabemos que el **COVID-19** ha cambiado por completo la forma en la que los consumidores se comportan, podemos hablar incluso que estos se han venido transformado en la búsqueda de productos y servicios que garanticen mayor higiene desde la compra, la entrega y el consumo.

Este nuevo consumidor viene preparado para adoptar hábitos de alimentación saludable en la búsqueda de un estado de salud óptimo que le permita sobrevivir a virus, el

ambiente, las enfermedades, entre otros. Lo más notable es que viene convencido que la digitalización de las compras, de la experiencia y de un nuevo consumo deben ser garantizada por las marcas para satisfacer estas nuevas necesidades.

Quiero dejarte estas seis claves para que las implementes en tu emprendimiento o empresa:

- **Gestiones a distancia:** Debes tener la opción de permitirle a los consumidores gestionar, seguir o modificar la forma en la que compran, ya que visitar tu tienda, empresa u oficina por los próximos meses no va a ser una opción.

- **Métodos de pago:** El COVID-19 ha llenado de temores a los consumidores, el solo hecho de tocar dinero físico, insertar la clave en un datáfono o firmar una orden están siendo claramente cuestionadas. Ofrece nuevos métodos de pago (**transferencias electrónicas, pagos por PSE, tarjeta de crédito, pago sin contacto entre otros.**

- **Digitalización de la experiencia:** No queremos tomar ni el teléfono para intentar comunicarnos con las empresas, en la actualidad los consumidores buscan transacciones más fáciles, seguras y rápidas. Piensa en instalar un sitio web con tienda virtual para tu empresa, hoy en día tanto los productos y servicios tiene la posibilidad de hacerlo. Otra opción de experiencias digitales puede funcionar a través de las asesorías o ventas virtuales, piensa en instalar un medio de

comunicación que sea conocido por tu consumidor.

WhatsApp, Teams, Zoom, Skype, entre otros pueden ser un buen canal para cualquier tipo de soporte que los consumidores requieran.

- **Enfasis en la limpieza:** Si eres una de las empresas que ya estás operando, enfatizar tu comunicación en las estrategias de limpieza puede ser una buena opción. Puedes iniciar por enfatizar la higiene y todas las medidas de seguridad que toma la empresa y el equipo de trabajo de cara a la prestación del servicio, si no lo has hecho es momento de comunicar los esfuerzos que vienes implementando.

- **Ofrece opciones de recoger en la empresa o entregas a domicilio:** Si tienes un producto que se puede recoger en uno de tus puntos de venta, esto puede ser una buena opción, concierta con tu consumidor la hora y la forma y ofrece este servicio, sin duda en la actualidad es muy apreciado. Las empresas a domicilio toman más y más fuerza, si puedes enviar tus productos a la ubicación de tu consumidor o puedes prestar el servicio en un lugar concertado es momento de hacerlo, recuerda que cada vez menos consumidores tienen contemplado salir de casa.

- **Posicionamiento en la mano:** Recuerda que el arma más poderosa para adquirir productos y servicios en la actualidad son los dispositivos móviles, empieza a ajustar tus contenidos de forma y fondo, utiliza imágenes que se adapten a la medida de estos dispositivos, realiza publicaciones por plataforma en las que los

consumidores utilicen con frecuencia “**las redes sociales pueden ser una buena opción**”.

Este es el momento adecuado para que empieces a implementar estas iniciativas, recuerda que cada vez que estás pensando por dónde iniciar ya tus competidores están haciendo las primeras pruebas. No te paralices, los consumidores están buscando empresas como tú, no los defraudes.

ACERCA DEL AUTOR



Hernán Loaiza Sanchez ¡Papá de Celeste!, apasionado por el mercadeo estratégico y con sentido. **Profesional** en administración de empresas de la Universidad de la Amazonia, **Especialista** en gerencia estratégica de negocios de la Universidad Sergio Arboleda y (e) **Magister** en Mercadeo de la Universidad EAFIT. Coordinador de la comunidad de Docencia y Consultoría de la Corporación Interactuar, consultor, speaker y docente universitario.