

Como adaptar o marketing da empresa em meio à pandemia?

As consequências da pandemia como resultado da crise do novo coronavírus já são uma realidade em todos os setores da nossa sociedade. Com isso, várias mudanças tiveram que ser implementadas em aspectos sociais e econômicos de forma a retardar a curva de contaminação pelo vírus. Essa fase na qual vivemos também tem se mostrado um desafio e tanto para aqueles que estão no mundo do empreendedorismo.

Dessa forma, é preciso se reinventar em um momento tão delicado. Do contrário, é possível que passemos pela pandemia, mas no final o seu negócio já não esteja de pé. Mesmo em um momento tão difícil é possível inovar, adaptar e segurar as contas durante a pandemia. E um dos principais aliados de qualquer empreendedor nos momentos mais delicados é, sem sombra de dúvidas, o **marketing**.

Sendo o isolamento social a principal medida de contenção da disseminação em massa do vírus, vimos uma menor circulação de pessoas nas ruas e, conseqüentemente, menor interesse do público consumidor em relação a produtos, mercadorias, serviços e bens. É por isso que **o marketing será o seu grande aliado** em meio à crise, pois é através dele que o empreendedor irá **mudar a sua forma de atuação** para, conseqüentemente, manter o seu público alvo conectado ao seu negócio.

0 marketing e a pandemia

Estabilidade e cenários previsíveis são duas coisas que você não encontrará durante a pandemia. Ainda que alguns estados brasileiros já tenham começado uma tentativa de flexibilização do isolamento social, não sabemos se uma segunda (ou terceira) onda do vírus poderá causar ainda mais impacto. Logo, as métricas e a previsibilidade, pilares fundamentais do

marketing, podem não ser parâmetros confiáveis neste momento.

Repensar e adaptar o marketing para as condições atuais é o primeiro passo. O desenvolvimento de uma campanha passa pela necessidade e a demanda do seu público alvo. Hoje o seu público está, possivelmente, dentro de casa e com várias restrições quanto circulação pela cidade. Além de ajudar nas necessidades dos seus clientes e público alvo em geral também **é necessário trazer conforto, acalmá-los e mostrar que os diferenciais da sua empresa não se perderam junto à pandemia.**

Além disso, uma das principais ferramentas quanto ao gerenciamento de crises é o setor de marketing, que será um dos principais braços do seu negócio quanto ao enfrentamento dos reflexos negativos da crise causada pelo novo coronavírus. Encontrar novos meios e maneiras, desde que adaptadas ao cenário atual, de melhorar as vendas e capitalizar recursos para publicidade nunca foi uma tarefa tão importante como no momento atual.

Interatividade com clientes e público alvo em geral

Melhorar o relacionamento do cliente com a empresa é uma das principais tarefas do marketing. Ou seja, o objetivo final é apresentar um produto ou serviço de maneira inovadora bem como aproximar seus clientes da sua marca.

Sendo assim, uma das boas maneiras de manter um contato mais próximo com o cliente são as **campanhas de fidelização**. Se você já investia nesse tipo de marketing então chegou a hora de ampliar e reforçar tais ações. O seu cliente está em casa com um Smartphone nas mãos procurando interatividade e ele pode encontrar isso no serviço ou produto favorito dele e que a sua empresa oferece.

Há várias formas de manter a interatividade e o seu cliente em contato com a sua marca. Um dos exemplos são os e-mails

atualizando os serviços ou produtos, destacando suas novas ações em meio à pandemia, disponibilizando promoções e até mesmo conscientizando os seus clientes quanto à higiene pessoal durante a pandemia. Ter um site ou blog nos quais o seu cliente pode entrar quando quiser e ficar por dentro de tudo que está acontecendo no seu negócio é essencial.

Além disso, o marketing via redes sociais é indispensável. Todas as suas estratégias devem passar pelas redes sociais, ou seja, as páginas da sua empresa em plataformas como Twitter, Instagram e Facebook devem ser regadas diariamente com conteúdos diversos e relacionados à sua marca.

Marketing e promoções

Uma das clássicas aplicações de ferramentas de marketing está diretamente relacionada a **divulgações de promoções**. Durante a pandemia é interessante fazer uso deste tipo de ação. Muitos dos seus clientes podem estar passando por dificuldades financeiras, recebendo menos devido a uma carga horária reduzida e etc. Com isso, a sua empresa estará passando a mensagem de que ela está empenhada em melhorar as condições de pagamento para facilitar a vida do seu cliente.

Marketing e as vendas online

Uma das grandes dificuldades do atual cenário são as vendas. Os clientes não estão mais circulando nas ruas, portanto, há um menor interesse e busca por produtos e serviços em estabelecimentos físicos. Com isso, o momento é o de **recorrer ao e-commerce** ou fortalecer esse segmento se você já faz uso dele.

Para pequenos empreendedores que ainda não investiram no e-commerce essa pode ser uma missão difícil, ainda mais levando em consideração que estamos inseridos numa crise que não permite grandes aportes. Não se desespere, pois há alternativas. Uma delas é começar as suas vendas pelo

WhatsApp, por exemplo. A versão Business do aplicativo trás ferramentas como função catálogo, lista de transmissão, opção para etiquetar contatos, verificação de métricas, entre outras.

Além de iniciar um canal de vendas online você também estará em contato direto com os seus clientes. Eles poderão não apenas fazer compras como também tirar dúvidas e ficar por dentro das novidades do seu negócio.

Com isso, o atual cenário não é apenas uma adversidade que estamos enfrentando. É também uma lição que trás consigo a **capacidade de se reinventar como empreendedor** e adaptar o seu negócio em meio a tantas dificuldades. As ações de marketing aqui adotadas também podem significar o seu sucesso depois da pandemia. Muitas das ferramentas e ações adotadas durante a pandemia poderão ser aperfeiçoadas fazendo parte do futuro do seu negócio depois que tudo isso passar.

