¿Cuánto dura la marca en la mente del consumidor?

Noticias 24hs | 18/09/2020



Aunque sigue siendo prioritario para las marcas llegar a la mente del consumidor y posicionarse, en realidad lo que se busca es una posición de ventaja frente a marcas que son similares o del mismo segmento

Esa es la pregunta que la gran mayoría de expertos en marketing se hacen para conseguir que el impacto de la marca que representan perdure en la memoria de los clientes y futuros usuarios.

Aunque el mundo del marketing tiene muchos recursos, al final, los productos con logo se ha demostrado que es lo que más empatía provoca en lo que a imagen de marca se refiere.

Tanto es así que se está utilizando a nivel corporativo también para que todos los puestos que han acabado acogiéndose al teletrabajo, sigan sintiéndose parte de la empresa, del espíritu y objetivo común de la corporación.

Del objetivo cliente al objetivo trabajador

Aunque sigue siendo prioritario para las marcas llegar a la mente del consumidor y posicionarse, en realidad lo que se busca es una posición de ventaja frente a marcas que son similares o del mismo segmento.

De hecho, aunque antes se trabajaba la presencia continuada, son ahora las emociones las que mueven más a que el usuario se sienta identificado con la política de la empresa.

Eso, ahora que no se celebran por la situación actual ni ferias ni convenciones, es mucho más importante acercarse a los clientes a través de distintas actuaciones que mantengan viva la marca en el recuerdo.

“La comunicación e incluso el hecho de que, con algún pedido, se envíe un regalo corporativo, quizá incluso relacionado con las medidas higiénicas actuales, puede suponer una ventaja increíble con respecto a la competencia” comentan desde Alser Regalos Publicitarios, compañía especializada en regalos corporativos que está viendo cómo las empresas, en esta época, están apostando por mover su imagen a través de este tipo de productos.

“En el caso de los trabajadores, están fomentando la cultura corporativa gracias a objetos que les recuerden que forman parte de un equipo. El hecho de que la empresa se acuerde de ellos, les agasaje y les haga sentir importantes en el organigrama, les lleva a querer aportar y sumar en el teletrabajo” concluyen.

Autor: Redacción