

# CLAVES DE LA COMUNICACIÓN

#ATREVIACovid19

---

Alba Rodríguez España

## DIGITALIZACIÓN, “FASE LO QUE FASE”

¿En qué fase nos encontramos? Muchas personas se hacen la misma pregunta alrededor de todo el mundo en estos momentos en plena desescalada. Experimentamos una situación en la que el COVID19 ha inundado nuestra vida y, por supuesto, también la de los consumidores; ha cambiado paradigmas y ha venido para demostrar que ahora no importa en qué fase estamos: siempre será el momento perfecto para la comunicación digital, porque sin duda va a ser una de las grandes protagonistas de esta “nueva normalidad”.



**Alba Rodríguez España**

Directora de Negocio en ATREVIA  
(República Dominicana)



Los usuarios ya son totalmente digitales; se están acostumbrando a consumir y disfrutar on-line, y lo seguirán haciendo en el futuro. Las empresas tienen la obligación de estar aquí y saber adaptarse ante las necesidades del nuevo consumidor digital. El teletrabajo, la comunicación virtual y todos los aspectos que nos hemos encontrado en este día a día desde que comenzara la pandemia nos han reconfirmado que la digitalización ha venido para quedarse.

Durante el confinamiento hemos observado cómo todas las empresas trataban de reinventarse, y se prevé que la tendencia durante la fase post-COVID se incline hacia un mayor uso de aplicaciones, redes sociales, páginas webs, e-commerce y otras plataformas 2.0. Por ejemplo, hemos visto cómo ya se están trasladando multitud de eventos y presentaciones de productos al entorno on-line.

Y, por supuesto, toda aquella empresa que no se haya adentrado en el comercio electrónico y haya aportado soluciones digitales a sus usuarios no es que esté fuera del mapa actual, sino que corre incluso el riesgo de desaparecer.

Tres claves que me gustaría destacar de esta nueva era:

- **Las redes sociales al poder**

¿Quién no ha pasado más de 3-4 horas al día en Instagram, Facebook, Twitter, o incluso se ha abierto la app de Tik Tok para grabar alguno de esos videos de 1 minuto donde te desafían con *challenges* y retos de todo tipo? Inmediatez, viralidad, humor y espontaneidad han sido los ingredientes para estar cada vez más enganchados a estas plataformas que no solo tienen un rol social, sino también muy comercial, con marcas cada vez más activas.

- **Crear comunidad de “Brand lovers”**

Hay que ir olvidándonos cada vez más de vender, ahora hay que enamorar. Solo los que te aman y están contigo serán aquellos que te sigan, interactúen contigo y te compren. Nuestra mejor opción para crear comunidad, sin duda, son los medios online, y debemos invertir en ellos nuestros mayores esfuerzos, creando estrategias y buscando enfocarnos en estos canales. Por ejemplo, una técnica muy válida para ello es el marketing de *influencers*, que es una tendencia actualmente en alza que está reinventándose creativamente.

- **Más experiencias digitales**

Está claro que lo virtual seguirá pisando fuerte, y hemos podido comprobar que el usuario no solo no muestra inconvenientes para ello, sino que lo acepta de manera favorable. Quizás, en adelante, tendrá que combinarse el on-line y el off-line, pero las experiencias digitales ganarán ahora un peso especial. Formatos como los vídeos en directo o los webinars nos han permitido eliminar fronteras, horarios y cualquier otra excusa antes lícita para no estar conectados. Gracias a la tecnología disruptiva y la innovación estamos ahora más unidos que nunca.

Finalmente, esta pandemia ha venido para enseñarnos muchas cosas: parar, reflexionar, pasar más tiempo en casa... pero, sin duda, nos hemos dado cuenta de que “fase lo que fase”, estamos ante el momento perfecto para abordar la comunicación digital.

