

<p><b>Título de la sesión:</b> MARKETING EN TIEMPOS CONVULSOS <i>SEGUNDA PARTE</i></p>	<p><b>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</b></p>	<p><b>Fecha:</b> 11/02/2021 <b>Hora:</b> 13h – 14:30 <b>Duración Máx.:</b> 1h. 30 min.</p>
<p><b>Objetivos de la sesión</b></p>		<p><b>Ponente</b> Mònica Chemlal / Miquel Àngel Muñoz</p>
<p><b>Objetivos de la sesión</b></p> <p><u>Ofrecer una perspectiva de contexto y particular-empresarial para reenfocar la función de marketing ante una situación de crisis.</u> ¿Qué aspectos tener en cuenta? ¿Cómo afrontamos la inseguridad y miedo derivado de la crisis? ¿Qué cambios serán de tipo estructural y/o disruptivos? ¿Cómo nos adaptamos y reaccionamos?</p> <p><u>En las dos sesiones abordaremos:</u> La revisión y reenfoque de nuestra estrategia de marketing ante una situación de crisis. Tendremos en cuenta la aproximación al cliente/consumidor, el efecto de la crisis en sus decisiones y comportamientos de compra y cómo adaptar nuestra estrategia de marca y ventas.</p>	<p><b>Contenidos teóricos</b></p> <p><b>B2. ESTRATEGIA DE VENTAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzas de guerra. Defensa del margen.</li> <li>• Estrategias de precios: calma, serenidad y visión a medio plazo.</li> <li>• Ajustarse sí, pero no morir en el intento.</li> <li>• Foco en el corto plazo.</li> <li>• Responsabilidad real y no oportunista.</li> </ul> <p><b>B3. ESTRATEGIA DE MARCA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Defiende y ánclate en tu misión</li> <li>• Construir una marca sólida, visión de largo plazo (visión)</li> <li>• Responsabilidad: no seas oportunista con la situación</li> <li>• Transparencia: construcción de la confianza</li> </ul> <p><b>B4. APLICAR LA DIGITALIZACIÓN EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y COMERCIO ELECTRÓNICO. ESPECIAL COVID 19.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Si tienes alguna estrategia en marcha y diseñada, pon el foco en el corto plazo</li> <li>• Si no lo tienes, ¿A qué esperas? Foco en el medio plazo</li> </ul>	<p><b>Actividades prácticas</b></p> <p>Se pedirá a los participantes que aporten ejemplos propios de cada una de las situaciones relatadas o, al menos, que ejemplifiquen con una experiencia real vivida en el entorno de su cooperativa los contenidos de la sesión.</p>

### Metodología

A través de un método didáctico expositivo la sesión expondrá aquellos aspectos fundamentales a tener en cuenta para reformular el plan de marketing en tiempos de crisis y, en particular, derivados de un shock externo como es la pandemia Covid 19. Se usarán ejemplos reales, en lo posible, de empresas cooperativas con las que las asistentes puedan identificarse. Se recogerán también nuevos ejemplos y aprendizajes fruto del diálogo con las participantes.

<b>Recursos didácticos</b>	<b>Métodos didácticos</b>	<b>Materias vinculadas a la sesión</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>Medios visuales: imágenes y gráficos metodológicos. Se aportará webgrafía de interés para las personas participantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Expositivo e interrogativo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Análisis y planificación estratégica, organización interna, propuesta de valor, producto, ventas y comunicación.</li></ul>