

<p>Título de la sesión: MARKETING EN TIEMPOS CONVULSOS <i>PRIMERA PARTE</i></p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 10/02/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Ponente Mònica Chemlal / Miquel Àngel Muñoz</p>
<p>Objetivos de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> Ofrecer una perspectiva de contexto y particular-empresarial para reenfocar la función de marketing ante una situación de crisis. ¿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><u>En las dos sesiones abordaremos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 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>Contenidos teóricos</p> <p><u>BLOQUE 1: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y CONTEXTO</u></p> <p>A1. LA GESTIÓN CON LOS CLIENTES. ¿QUÉ NECESITAN Y QUÉ DEBO DARLES? Incrementar la cercanía en tiempos de aislamiento social</p> <ul style="list-style-type: none"> Conectar para demostrar fortaleza, asociación y disponibilidad Incrementar la velocidad de respuesta La propuesta de valor al servicio de la reducción del miedo y la inseguridad <p>A2. EL CONSUMIDOR FINAL: ATENCIÓN A LAS TENDENCIAS Y DECISIONES DE COMPRA. ¿CÓMO NOS ADAPTAMOS?</p> <ul style="list-style-type: none"> Comportamiento esperable del consumidor ante una crisis Digitalización acelerada. Especial COVID 19 Calidad y eficacia El valor de lo local Conocimiento de producto/servicio y valores <p><u>BLOQUE 2: ESTRATEGIAS DE CRISIS</u></p> <p>B1. EN COMUNICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Programa de comunicación durante la crisis Ajustar el presupuesto, virtualizar las acciones de comunicación Más visibles y dinámicas que nunca. 	<p>Actividades prácticas</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.

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