



Marketing de crisis: nuevas oportunidades después del COVID-19

Tristán Elósegui y Jose Gómez-Zorrilla

ISBN:979-8646357688

Páginas: 140

Editorial: Independently
published

Encuadernación: Tapa
blanda

Marketing y Empresa

PVP e-book: 3,99 euros

Idioma: español

PVP papel: 9,49 euros

www.marketingdecrisis.es

LA OBRA

Han pasado más de dos meses desde que iniciamos el confinamiento. En estas semanas hemos vivido en una película de ficción. Han pasado cosas tremendas, pero parece que poco a poco vamos superando la prueba más dura. Ahora nos enfrentamos a la recuperación económica. Esta no va a ser nada fácil, pero con preparación y mucho sentido común, podemos encontrar formas de iniciar la recuperación e incluso descubrir oportunidades.

Con este planteamiento en mente, Tristán Elósegui y José Gómez-Zorrilla plasman toda su experiencia profesional en este libro: **Marketing de Crisis, nuevas oportunidades después del COVID-19**. Un libro que busca ayudar a las empresas a hacer este camino de salida de la crisis más fácil. Sin recetas mágicas (que no existen), aplicando una metodología propia y el sentido común a un nuevo contexto. En el libro se ha reflejado este camino de salida de la crisis en cuatro grandes bloques:

1. Contexto y análisis, aprender de los errores

El objetivo del primer bloque es dar una visión de contexto de esta crisis y de otras que nos han golpeado globalmente para que empecemos por situarnos y tomemos conciencia de lo que nos viene por delante. Necesitamos pararnos a pensar qué ocurre a nuestro alrededor, pero sobre todo, cuál es el sentido de nuestra empresa en esta sociedad, cuál es nuestra aportación de valor más allá de las ventas, qué es eso que hace que la empresa funcione y nos levantemos cada mañana para sacarla adelante. E igualmente importante, debemos repensar cómo es nuestra relación con nuestros clientes, y cómo debería ser tras el coronavirus.

2. Las crisis como generadoras de cambios

En este segundo bloque definimos cómo debemos prepararnos para salir de la crisis, qué cosas debemos tener en cuenta y redefinir para que cuando salgamos al mercado de nuevo, lo hagamos con la mejor preparación posible. Si vamos a salir a un mercado en el que las reglas han cambiado, ¿cómo podemos pretender que los resultados lleguen si hacemos todo igual que antes?

3. Estrategias de marketing post confinamiento

Lo podemos pensar desde el punto de vista de la salida real del confinamiento, o cómo el momento en el que nos lanzamos de nuevo al mercado cuando la empresa esté preparada. Tras habernos situado en el contexto y preparado de la mejor manera, es el momento de mirar el marketing con nuevos ojos y volver a sus raíces. Planteamos un marketing de menos a más y de dentro a fuera, un marketing que sigue una metodología y aplica el sentido común a una nueva situación. Aprenderás a usar los canales digitales con un nuevo enfoque que te acerque a tus clientes, y, por supuesto, la forma de orientarlos hacia las ventas.

4. Claves que nunca debes olvidar

Para terminar el libro, os dejamos un resumen de las mejores prácticas que hemos descrito en los tres bloques anteriores, para que os sirvan de guía y sean de aplicación práctica en vuestro día a día.

SOLIDARIDAD COVID-19

El libro surge con la necesidad de arrimar el hombro, no solo para ayudar a las empresas a salir de esta difícil situación, sino también para ayudar a personas que están sufriendo las consecuencias del coronavirus cada día.

Se va a donar parte de los beneficios de las ventas del libro para paliar las consecuencias del COVID-19 a la iniciativa de Cáritas ante del coronavirus que está ayudando a personas sin hogar, familias vulnerables, personas mayores, familias en riesgo de exclusión social a consecuencia del coronavirus y a mitigar la crisis sanitaria internacional con materiales de protección, programas de agua, saneamiento e higiene, distribución de alimentos, etc.

Por cada compra donaremos 1 € por cada e-book vendido (precio con IVA 3,99€), y 2 € por la versión en papel (9,99€ IVA incluido).

Así que si te animas a comprarlo, además de aprender definir el camino de salida de la crisis, estarás contribuyendo a una buena causa.

LOS AUTORES



Tristán Elosegui es consultor de marketing en Matridiana, consultora especializada en diagnóstico, definición e implementación de estrategias de marketing. Más de 20 años de experiencia en marketing digital en diversas empresas y sectores en España, Latinoamérica y Europa. Ha sido nombrado una de las 15 personas más influyentes del marketing digital de habla hispana. Top 30 Influencers del emprendimiento y el liderazgo. Es conferenciante internacional y profesor desde 2010. Autor de cuatro libros, el último de ellos “Mejor que ventas, consigue clientes” (Ed. Anaya Multimedia - Sept. 2019).

tristanelosegui.com
matridiana.com
linkedin.com/in/tristanelosegui
@tristanelosegui



Jose Gómez-Zorrilla es consultor de estrategia digital, marketing intelligence y BI, Director de Windup y Socio fundador de Windup School, escuela de negocios digitales referente a nivel nacional. Además, es organizador del Digital Marketing Day, que desde el 2016 se ha convertido en evento de referencia en marketing digital. Blogger en laculturadelmarketing.com desde el año 2012, speaker nacional e internacional en los eventos más destacados del sector así como autor de “CRO: convierte las visitas web en ingresos” (LID Editorial - Enero 2020).

laculturadelmarketing.com

windup.es

[linkedin.com/in/josemanuelgomezzorrilla](https://www.linkedin.com/in/josemanuelgomezzorrilla)

[@gomezzorrilla](https://twitter.com/gomezzorrilla)

ÍNDICE

Bloque I: Contexto y análisis, aprender de los errores

- 1.1. Entornos volátiles, estrategias flexibles
- 1.2. Los sucesos inesperados y nuestra capacidad de reacción o adaptación
- 1.3. El cambio constante es el nuevo normal / Re - evolución
- 1.4. Coronavirus como transformador digital global
- 1.5. Pensamos que tenemos el control, pero las reglas las ponen otros

Bloque II: Las crisis como generadoras de cambios

- 2.1. Asimilación, preparación y cambio
- 2.2. Marketing en tiempos de crisis
- 2.3. Planificación estratégica, nuevo escenario

Bloque III: Estrategias de marketing post confinamiento

- 3.1. El marketing de dentro a fuera y de menos a más
- 3.2. Tras el confinamiento por el coronavirus, debemos ser más humanos y cercanos
- 3.3. E-commerce: el presente y el futuro de tu empresa
- 3.4. ¿Y qué pasará con mis tiendas físicas?
- 3.5. Publicidad: cambio de estilo
- 3.6. Usando los canales digitales para la venta
- 3.7. Marketing Intelligence y Business Intelligence

Bloque IV: Claves que nunca se deben olvidar

- 4.1. Resumen de las claves del libro

Para mas información:

Tristán Elosegui

tristanelosegui@gmail.com

619 28 83 74

Jose Gómez-Zorrilla

jgomezzorrilla@windup.es

695 804 503