

Transformando las nuevas necesidades del consumidor en oportunidades de negocio

En los últimos meses, la pandemia de COVID-19 puso a prueba tanto a los consumidores como a las empresas. El comportamiento de compra del consumidor ha ido cambiando con la situación actual, el confinamiento y el distanciamiento social, lo que llevó a las compañías a redefinir -de forma urgente- sus protocolos de salud, reutilizar sus recursos, espacios y volver a interactuar con los consumidores de manera digital.

Los tiempos de crisis generan grandes oportunidades. Las situaciones sin precedentes exigen cambios sin precedentes. Saber interpretar el nuevo contexto y tomar buenas decisiones pueden transformar los desafíos en oportunidades que pueden fortalecer tu negocio.

VISA donde quieras estar



Recomendaciones para abordar las tendencias pos-pandemia de los consumidores

1 Digital es el rey



Categorías como la educación virtual y la telemedicina están creando nuevas oportunidades para la integración de servicios y la digitalización de los flujos de pago.

Garantizar una experiencia digital fluida para el cliente, ya sea con tus productos y servicios, *apps* o sitios web, nunca ha sido más importante que ahora.

- Asegúrate de que conoces bien a tu audiencia digital, pues podría no ser la misma que visitaba tus tiendas o sucursales físicas.
- Diseña experiencias intuitivas y simples pensando en esa audiencia, para que el consumidor complete con éxito sus transacciones.
- El uso de la tarjeta de débito *online* ha aumentado significativamente. Procura tener las herramientas apropiadas para lograr un buen índice de autorizaciones.
- La "gamificación" puede ser una buena estrategia para incentivar el comportamiento del consumidor y retenerlo.
- Identifica aquellas categorías emergentes que están migrando del efectivo a los pagos digitales y conviértete en un facilitador de esa transformación. Soluciones como P2P, billeteras digitales y códigos QR pueden ayudar.
- Integra a diferentes jugadores en una experiencia de cliente fluida.

2 Evalúa el uso de tus recursos



Evalúa cómo mejor utilizar tus recursos para responder a las nuevas demandas del consumidor. Los espacios al aire libre se vuelven más valiosos por tener bajo riesgo de contaminación, los comercios están haciendo uso de *apps* para entrega a domicilio para minimizar el contacto, y las experiencias diferenciadas se están digitalizando.

- Si las experiencias diferenciadas que ofreces a tus clientes siempre han sido más de tipo "presencial", intenta transformarlas en experiencias digitales.
- Evalúa si los recursos digitales relacionados con tu negocio y ecosistema pueden ser utilizados para minimizar el contacto o agilizar la nueva experiencia presencial.
- Considera ofrecer experiencias *drive through*.
- Descubre las nuevas experiencias que puedes ofrecer aprovechando tus espacios al aire libre.

3 La salud es el nuevo beneficio



La pandemia ha incrementado la conciencia de evitar el contacto con superficies públicas que se tocan con frecuencia y mantener distancia de otras personas. La salud se convirtió en el nuevo beneficio y las experiencias sin contacto cobran más importancia que nunca. Las empresas necesitan revisar sus protocolos de seguridad y salud, y encontrar la forma de comunicarlos para estar a la altura de las expectativas del consumidor.

- Ten en cuenta los nuevos dispositivos y equipos que contribuyen a la limpieza y el distanciamiento social, como las insignias para mantener distancia entre los trabajadores, la desinfección con luz ultravioleta, o las *apps* que envían recordatorios sobre la frecuencia de lavado de manos.
- Promueve los pagos digitales como las tarjetas sin contacto, las billeteras digitales y los códigos QR.
- Recuerda mantener siempre a tus consumidores bien informados sobre los nuevos protocolos de salud.

4 Ten en mente la lealtad del consumidor



En tiempos de crisis los consumidores reconsideran sus elecciones y buscan empresas que compartan sus mismos valores de manera auténtica y transparente. Esta es una buena oportunidad para estar bien, haciendo el bien.

Si decides patrocinar una causa, es importante que tengas en cuenta estos tres puntos:

1. Busca algo que esté relacionado con tu negocio y que se adapte de forma natural.
2. Empieza por hacer el bien y demostrando que puedes hacer la diferencia.
3. Una vez que estés preparado para comunicar, empieza de a poco y haz un test de la reacción del público antes de seguir avanzando.

El apoyo a las pequeñas empresas es una gran causa, pues verlas de pie nuevamente es fundamental para la recuperación de las comunidades locales. Si es esto lo que quieres hacer, ten en cuenta lo siguiente:

- ¿Pueden tus sucursales y tiendas locales brindar apoyo a las pequeñas empresas que las rodean?
- ¿Puedes ayudar a las pequeñas empresas con la digitalización o a obtener créditos y flujo de efectivo?
- ¿Puedes ayudar a promover los negocios locales?

Visa está aquí para ayudarte

Contacta a tu ejecutivo de cuenta Visa y descubre cómo podemos ayudarte a adaptarte sin perder relevancia ni éxito durante estos tiempos difíciles.

VISA donde quieras estar

Acerca de Visa. Visa Inc. (NYSE: V) es el líder mundial en pagos digitales. Nuestra misión es conectar el mundo a través de la red de pagos más innovadora, confiable y segura permitiendo que individuos, empresas y economías prosperen. Nuestra avanzada red de procesamiento global, VisaNet, ofrece pagos seguros y confiables en todo el mundo, y es capaz de procesar más de 65.000 mensajes de transacciones por segundo. El enfoque implacable de la compañía en la innovación es un catalizador para el rápido crecimiento del comercio digital en cualquier dispositivo, para todos, y en todas partes. A medida que el mundo pasa de lo analógico a lo digital, Visa pone nuestra marca, productos, personas, red y escala para remodelar el futuro del comercio. **Limitación de responsabilidad.** El único fin con el que se presenta la información de este programa es el de informar. De ningún modo debe considerarse como consejos sobre comercialización, aspectos legales, de normativa o de cualquier otra índole. Los programas deben evaluarse en forma separada según sus necesidades comerciales concretas y legislación y normativa aplicable. Gran parte de la información que aquí se presenta es aplicable a nivel internacional, pero una parte puede estar disponible solo para ciertos países o regiones. Deberá verificar la aplicabilidad de cualquier tipo de información contenida en este documento para usted o su organización en su jurisdicción. También deberá consultar con un asesor legal con respecto a cualquier programa nuevo o cambio en el programa existente cuando corresponda. Visa no se responsabiliza por el uso que Ud. le dé a este material comercial, información del programa, recomendaciones de mejores prácticas, u otra información, incluidos errores de cualquier naturaleza que estuvieran contenidos en el presente documento.