

Adaptación digital para resistir la crisis del Covid-19

Las empresas que no han completado su transición digital deberán hacerlo para poder continuar con su actividad comercial. En este contexto, la consultora digital Multiplica ofrece webinars gratuitos sobre marketing automation para todas aquellas compañías que lo necesiten

Ante la situación coyuntural a la que se ha visto sometida la sociedad a consecuencia de la crisis generada por el Covid-19, el sector digital ha cobrado una importancia innegable, ya que se erige como una de las pocas formas de venta de las empresas. En este sentido, los ecommerce toman más protagonismo que nunca y centran prácticamente la totalidad de las operaciones comerciales de las compañías, que en muchos casos se ven obligadas a centrar su estrategia de venta en el comercio online para subsistir.

La transición digital se ha vuelto una necesidad para todos aquellos negocios que aún no la han completado. Entre las principales medidas a adoptar para tiempos de crisis, destacan la optimización de procesos en la web, la mejora de la usabilidad y la comunicación online con el cliente a través de interfaces conversacionales. La presencia online es en la actualidad la única manera de interactuar con los usuarios, y éstos deben sentirse lo más cómodos posible. Además, la optimización de la tasa de conversión durante estos meses será un factor clave para poder encarar la vuelta a la normalidad comercial de la forma más inteligente posible, tanto a nivel de sites como de ecommerce.

La capacidad de gestionar equipos a distancia está siendo también un componente importante de la transición digital y cultural de las empresas, ya que muchas de las funciones se están desarrollando mediante el teletrabajo. En este sentido, la flexibilidad de horario y las reuniones informales en las que poder hablar de la situación personal de cada uno son elementos imprescindibles para asegurar la viabilidad de los proyectos. Táctica, empresa integrada en el grupo Multiplica, ha puesto a disposición de los usuarios una lista de las aplicaciones más importantes para poder implementar el teletrabajo de la forma más exitosa posible. Entre las más importantes destacan Draw.io, Pipedrive, Aircall.io, Active Campaign, Google Meet, Panda Doc y Calendly.

Propuestas innovadoras

Ante esta situación, las empresas han orientado sus recursos a implementar medidas que aporten valor, de cara a sus clientes y a otros negocios. Las compañías están mostrando su lado más creativo a la hora de adaptarse al contexto y conectar con los usuarios, con iniciativas como webinars o mesas redondas online (en el caso de Infojobs), contenidos gratuitos en streaming (en el Teatre Lliure de Barcelona), o páginas informativas de carácter interactivo de acceso totalmente gratuito (New York Times).

Multiplica, en este sentido, prioriza el bienestar interno, al fomentar la comunicación informal de los empleados con una videoconferencia semanal conjunta. En esta los equipos pueden compartir sus inquietudes y propuestas sobre su nuevo contexto laboral. Además, ha habilitado un servicio de soporte psicológico gratuito para las personas que lo deseen, y ha organizado un comité de coronavirus diario que contacta a todo el equipo con las novedades relevantes en relación a la

empresa.

Propuesta de valor de Multiplica

Desde Multiplica, la principal apuesta es que las empresas adapten sus productos y políticas a la situación de crisis actual. En este sentido, desde la consultora se propone a los clientes confeccionar landings específicos sobre la política de empresa relacionados con el Covid-19, de cara a sus usuarios y a sus empleados. Facilitar el acceso a esta información es indispensable, y desde Multiplica ya se está trabajando en diversos proyectos para hacerlo lo más rápido y efectivo posible.

En esta línea, la empresa llevará a cabo diversos webinars gratuitos sobre marketing automation, en los que se analizará en detalle cómo los distintos sectores deben afrontar la optimización de sus sites para maximizar la tasa de conversión, teniendo en cuenta los problemas específicos de cada mercado. Los sectores que se abordarán en estas formaciones serán: retail, industrial, gran consumo, servicios, salud y farmacia. Se celebrarán un total de cinco sesiones, los próximos 15 y 29 de abril y 13, 20 y 27 de mayo, con invitados especiales aún por confirmar, en los que se presentarán soluciones para mejorar el negocio online de las empresas en momentos convulsos como el que estamos viviendo.

Datos de contacto:

Marc Solanes
617338226

Nota de prensa publicada en: [Cerdanyola del Vallès](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Internet](#) [Multimedia](#) [Madrid](#) [Cataluña](#) [Tecnología](#) [Emprendedores](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<http://www.notasdeprensa.es>