

La digitalización es el camino a seguir para que las empresas no desaparezcan tras la crisis del covid-19

El 89% de los profesionales del marketing y la comunicación cree que las marcas han aumentado y fomentado la comunicación con los consumidores. El ecommerce, el campo del marketing digital más favorecido durante la pandemia. Para el 93%, la digitalización es el camino a seguir para que las empresas no desaparezcan y puedan superar esta crisis

Con el objetivo de analizar el impacto del covid-19 en la industria, los negocios y, más concretamente, en el sector del marketing digital, y conocer cómo ha afectado al comportamiento de los consumidores, la institución de formación en posgrado internacional EUDE Digital y la plataforma de Social Media Marketing Cool Tabs han llevado a cabo el Estudio 'Marketing Digital en tiempos de covid-19' .

El informe presentado recoge las respuestas de 678 participantes a una encuesta de 25 preguntas, sobre hábitos de consumo y relación con las marcas, realizada a profesionales del área del marketing y la comunicación, durante las dos últimas semanas de mayo. Los datos del estudio concluyen que la digitalización de los procesos empresariales y de las herramientas de trabajo ha sido y seguirá siendo clave durante la crisis provocada por el covid-19. El sector del Marketing Digital se ha fortalecido durante la crisis en ámbitos como el ecommerce, las redes sociales y el marketing de contenidos.

Se refuerza la comunicación entre marca y consumidor

Durante la crisis del coronavirus la relación marca-consumidor se ha visto reforzada. El 89% de los profesionales cree que las marcas han aumentado y fomentado la comunicación con los consumidores. No obstante, el 47 % de los encuestados considera que las empresas deberían ser más flexibles y comprensivas con los clientes. Como canal de comunicación para que las marcas se pongan en contacto con los consumidores e interactúen con ellos, la mayoría prefiere que se les contacte vía redes sociales , (59% de respuestas), frente a otros canales como el email, los SMS u otras aplicaciones. Además, para un 35,56% la mejor manera de que una marca mejore su experiencia, será virtualizando sus productos/servicios.

El ecommerce, el campo del marketing digital más favorecido El confinamiento por el covid-19, sumado a la adopción del teletrabajo como fórmula para mantener la actividad laboral, ha propiciado el desarrollo de nuevas tecnologías, la aplicación de inteligencia artificial y Big Data, así como una obligada transformación digital de numerosas empresas y negocios. Dentro de las disciplinas relacionadas con el Marketing Digital, el 37% de los encuestados opina que las redes sociales son las que mayor crecimiento van a tener durante la "nueva normalidad", seguidas del Marketing de Contenidos, con un 26% de respuestas. La declaración del estado de alarma y la obligatoriedad de permanecer en el hogar también han situado al ecommerce como el campo del marketing digital más favorecido (46,93%).

La digitalización, la clave para la supervivencia

El covid-19 también ha provocado cambios significativos en la manera en la que los consumidores se

relacionan con las marcas. Las empresas han tenido que adaptar sus mensajes, sus campañas publicitarias y el modo de atender a sus clientes y vender sus productos. Pese al complicado escenario y a la desaparición publicitaria de algunas marcas, sin duda, otras han ayudado a concienciar a la población y a hacer más llevadero el período de confinamiento .

En este sentido, el 77,4 % de los encuestados opina que las marcas han ayudado con sus mensajes a sobrellevar la situación y reforzar las medidas sanitarias y de seguridad. Asimismo, el 53% cree que las marcas deben comunicar de manera comprensiva y empática durante esta crisis. Los profesionales encuestados han remarcado la importancia de la digitalización de las empresas. Esta transformación digital ha sido clave para que muchas empresas y negocios se hayan mantenido a flote durante la crisis. Así lo considera el 74.4% de los encuestados, que cree que las empresas que aún no se habían digitalizado lo han hecho durante este período.

Además, el 93% piensa que la digitalización es el camino a seguir para que las empresas no desaparezcan y puedan superar esta crisis. Aunque no solo la tecnología, la innovación y las herramientas digitales han salvado al mundo empresarial. El 99% de los encuestados manifiesta que la digitalización ha hecho que el período de confinamiento y la crisis sean más fáciles y llevaderos.

Acceder al estudio completo aquí.

Datos de contacto:

Miriam Martínez Velo
91 593 15 45

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Digital](#) [Formación](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>