

---

Alumni

---

# Trabajar en comunicación en tiempos de COVID19

---

[alumni.uoc.edu](http://alumni.uoc.edu)

@susanalluna

---

---

01

# Cuando éramos invencibles (o eso nos creíamos)

---

## 1. Cuando íbamos con el piloto automático



## 1. Leed a Xavier Marcet





# 1. Igual es el momento de pensar en un plan



## 1. Ejemplo de HandBook



# GitLab

---

02

**¿Qué (y cómo) han de decir las marcas en una crisis como la que estamos viviendo?**

---

## 2. Las grandes marcas son veloces



**Separados por un momento**

## 2. Tienen agencias y presupuesto



## 2. Pueden llegar a grandes audiencias

**Safety first**



## 2. Se hacen virales en cuestión de horas



*Coca-Cola®*

Hoy, estar separados es la mejor manera de estar juntos.

## 2. La gran duda


# Oportunidad u oportunismo



## 2. La gran pregunta

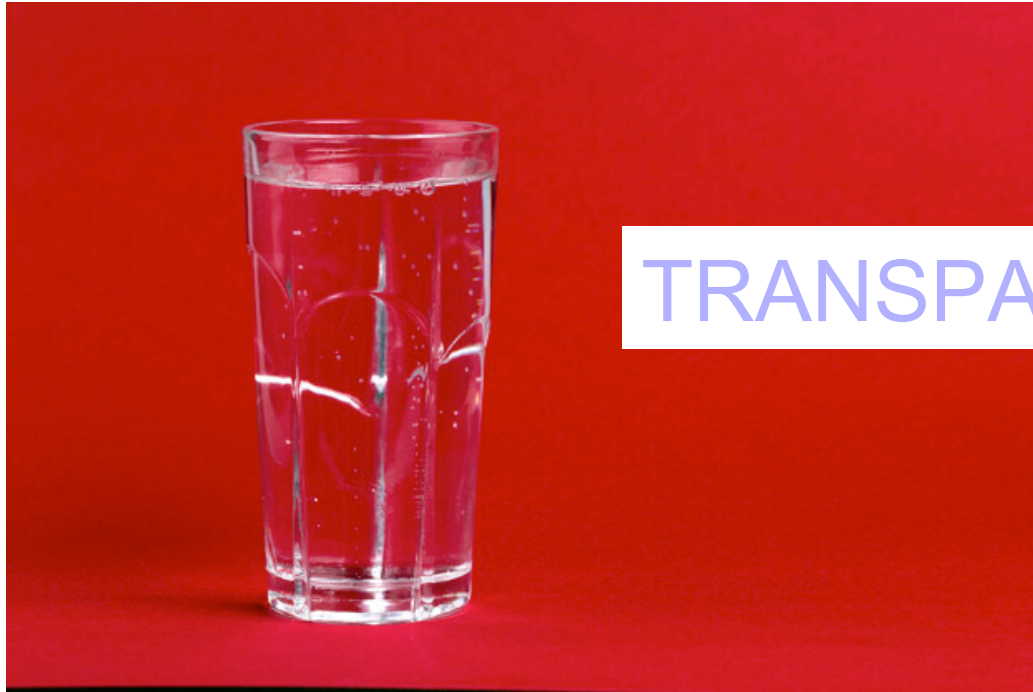
¿Cuál es tu  
propósito como  
marca?

## 2. ¿Qué está haciendo mi competencia?



**DO NOT  
COPY**

## 2. ¿Cómo han de comunicar las marcas/empresas?



TRANSPARENCIA



---

03

# Ejemplos de casos exitosos

---

### 3. Cancelar la publicidad como acción de comunicación

**ECONOMÍA** BYZNESS TECNOLOGÍA MWC +EMPREENDEDORES +INNOVACIÓN EMPRESAS VIVIENDA

| POR "SEGURIDAD"

# Coca-Cola cancela la publicidad de todas sus marcas por el coronavirus

"Todo nuestro apoyo se dirige a dotar de equipos de protección y bebidas a los trabajadores de la salud", afirma la compañía

### 3. Crear contenidos específicos para la crisis





# 04

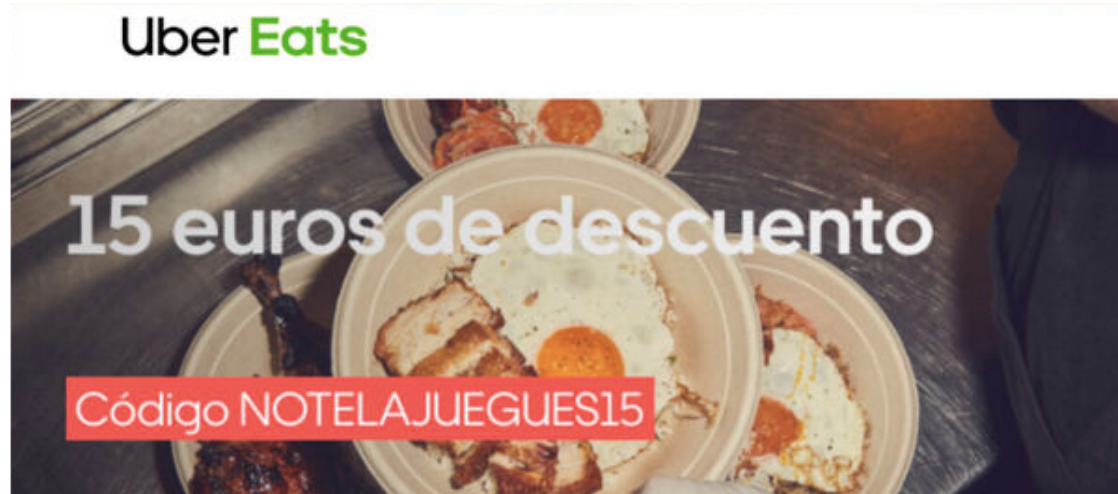
## Ejemplos de desastres en comunicación



## 4. Aprovecharse



## 4. Aprovecharse



## 4. Improvisar



**Nautalia Viajes** @nautaliaviajes · 9 mar. 2020



Que sí, que **#NosHemosCoronado**, pero ahora también puedes hacerlo tú. ¡Participa en nuestro concurso y gana una vueltaza al Caribe! Si eso no es coronarse... [bit.ly/2TRkj4C](https://bit.ly/2TRkj4C)  
**#LasVueltasDanMuchaVida**



**raset**  
@frvibe

Hay que ser un verdadero indeseable para usar el tema coronavirus con afán publicitario

## 4. Improvisar y mejorar



---

05

**Ideas para comunicar eficazmente  
hasta que tengamos una vacuna**

---

## 5. Paso 1: Readaptar el plan de comunicación



### Fases Desescalada

¿Puedo usar mi coche?

FASE 0
Hasta 11 de mayo



**PERMITIDO**

i Solo desplazamientos imprescindibles

**ACTIVIDADES**

- ✓ Viajes Individuales
- ✓ Acompañamiento solo por fuerza mayor
- ✓ Nunca dos personas delante

**5. Paso 2: reforzar la comunicación con todos los grupos de interés**

**Incertidumbre,  
empatía, cariño.**

## 5. Paso 3: reforzar la comunicación interna

**Ya no es un opcional, la comunicación interna es imprescindible!**



## 5. Paso 4: adaptar los mensajes a la situación



## 5. Paso 5: utilizar todos los activos de la empresa para comunicar



Nuria Luna Jimenez · 1er

CEO en Pinturas Blatem S.L.

Valencia y alrededores, España · [Más de 500 contactos](#) ·

[Información de contacto](#)

Enviar mensaje

Más...



Pinturas Blatem S.L.



EAE Business School

## 5. Paso 5: utilizar todos los activos de la empresa para comunicar



Rafael Juan · 1er

CEO en Vicky Foods

Valencia y alrededores, España · [Más de 500 contactos](#) ·

[Información de contacto](#)

Enviar mensaje

Más...



Vicky Foods



Universitat de València

---

06

**Y cuando tengamos una vacuna,  
¿qué?**

---

## 5. Aplicar lo aprendido y repetir. En bucle.

- Poner al cliente en el centro
- Ser aun más transparentes
- Ser aun más sinceros
- Trabajar en el propósito de marca si aun no lo hemos hecho
- Ser éticos

---

# Alumni

---

[alumni.uoc.edu](http://alumni.uoc.edu)

 AlumniUOC

 @UOCalumni

---

UOC