

Comunicació emocional i gestió d' experiències

El monòleg amb el client o consumidor està en declivi. La publicitat interruptiva agonitza perquè la relació ha canviat estimulada per les noves tecnologies: el destinatari vol interactuar amb la marca, compartir valors i experiències positives. Promoure aquest diàleg, activant emocions a partir del respecte i la credibilitat, és el millor camí per a aconseguir clients promotors de la marca i co creadors de nous productes. És el camí cap a les Lovemarks, on una marca no només té consumidors fidels, sinó que aquests formen part del seu equip de vendes.

Els fonaments de la comunicació emocional

Honestedat i respecte cap al consumidor

Només així guanyarem credibilitat i només així generarem confiança.

Senzillesa

Gens complau més a la veritat que la senzillesa a l'hora d'expressar-la.

Escolta activa

El millor conversador és el qual sap escoltar.

Noms propis

La comunicació té sentit perquè hi ha persones darrere, noms propis. Cal personalitzar-la sempre que es pugui. Tota informació o anunci té conseqüències per a les persones: posem-li nom, que ho expliquin ells.

Exploració del consumidor

Cal acostar-se al client, conèixer-lo, escoltar-lo, preguntar-li. No hi ha millor fonament per a una estratègia de comunicació.

Interactivitat

El diàleg implica ara tu, ara jo. I cal buscar que aquest diàleg s'acompanyi de propostes i experiències positives. Per exemple Vueling, que, de forma aleatòria, destina un avió/discoteca per a algunes de les seves rutes, oferint una experiència de vol diferent. Inoblidable. Vinculant (<http://bit.ly/bT0oas>).

Empatia emocional

Cal activar les emocions del consumidor. La informació és estàtica, l'emoció dinàmica. Les emocions, està demostrat, activa la decisió de compra emocional. No és racional.

Aplicacions de la comunicació emocional

La comunicació emocional s'integra en l'execució de qualsevol estratègia de comunicació i/o creativitat, i no només via on line, canal on conta amb més recorregut, sinó també en tot tipus de canals of line (revistes corporatives, comunicats, memòries, informes, etc).



Javier Montoro | | Periodisme i comunicació emocional
info@javiermontoro.com | | Tel. 678 409 602
www.javiermontoro.com | | javiermontoro.com/blog