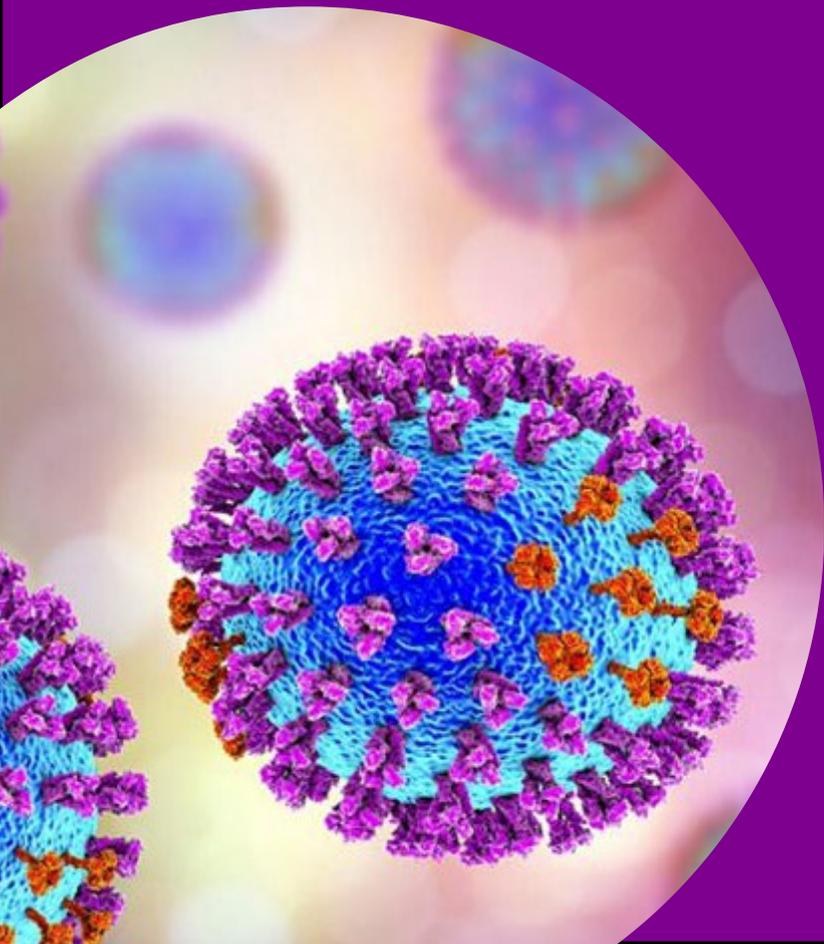


**COVID-19**

**CAMBIOS DE CONSUMO Y ADAPTACIÓN AL  
MARKETING DIGITAL**

eStudio 



# EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

**#1  
COMPRA  
PROACTIVA**

**#2  
GESTIÓN  
DE SALUD  
REACTIVA**

**#3  
PREPARACIÓN  
DE LA  
DESPENSA**

**#4  
PREPARACIÓN  
PARA LA VIDA  
EN  
CUARENTENA**

**#5  
VIDA  
RESTRINGIDA**

**#6  
VIVIR CON  
NORMALIDAD**

## CAMBIO DE COMPORTAMIENTO CONSUMIDOR

ORIENTADA  
A COMIDA Y  
SALUD

PROTECCIÓN  
CON  
MASCARILLAS  
Y PRODUCTOS  
DE HIGIENE

GRANDES  
COMPRAS DE  
COMIDA

INCREMENTO  
DE CONSUMO  
Y COMPRAS  
ONLINE

LÍMITES DE  
STOCK Y  
BÚSQUEDA DE  
ALTERNATIVAS

VUELTA A LA  
NORMALIDAD  
PERO CON  
RESTRICCIÓNES DE  
HIGIENE

## MARCADORES DEL COVID-19 EN EVENTOS COMUNES

CASOS MÍNIMOS DE  
COVID-19  
LOCALIZADOS  
VINCULADOS  
GENERALMENTE  
POR LA LLEGADA DE  
OTRO PAÍS  
INFECTADO.

EL GOBIERNO LANZA  
UNA CAMPAÑA DE  
SALUD Y SEGURIDAD  
POR LA TRANSMISIÓN  
LOCAL Y / O  
PRIMERA MUERTE  
RELACIONADA CON  
EL COVID-19.

COMIENZAN  
PEQUEÑAS  
CUARENTENAS.  
LAS FRONTERAS SE  
CIERRAN MÁS  
AMPLIAMENTE POR  
CASOS ACCELERADOS  
DE COVID-19, PERO  
NO NECESARIAMENTE  
POR MUERTES.

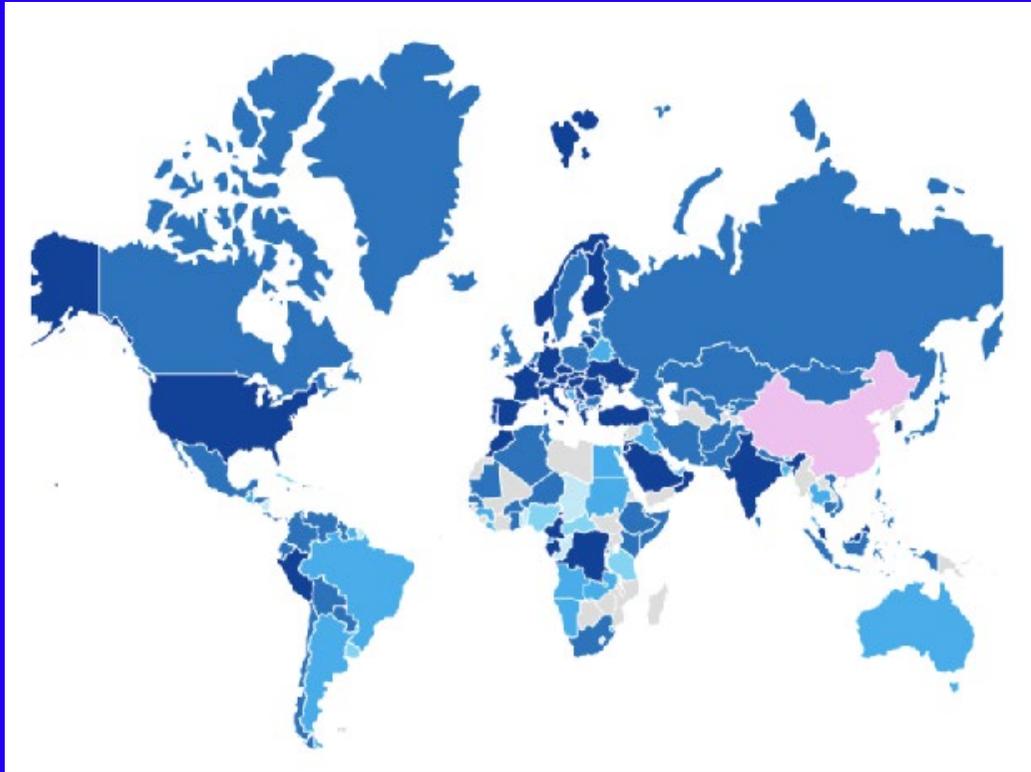
SE LOCALIZAN ACCIO-  
NES DE EMERGENCIA  
POR COVID-19. SE REA-  
LIZAN RESTRICCIONES  
CONTRA GRANDES  
REUNIONES, ESCUELAS  
Y LUGARES PÚBLICOS  
QUE CIERRAN. EL POR-  
CENTAJE DE PERSO-  
NAS DIAGNOSTICADAS  
AUMENTA.

CASOS MASIVOS DE  
COVID-19.  
COMUNIDADES  
ORDENADAS AL  
CIERRE PATRONAL Y  
RESTAURANTES  
CLAUSURADOS,  
ADEMÁS DE  
RESTRICCIONES EN  
PEQUEÑAS  
REUNIONES.

LAS CUARENTENAS  
POR COVID-19 SE  
RESTRINGEN A LAS  
ZONAS MÁS  
AFECTADAS DE LA  
REGIÓN O PAÍS Y LA  
VIDA COMIENZA A  
VOLVER A LA  
NORMALIDAD

## ¿CÓMO PUEDE EL MARKETING DIGITAL AYUDARTE EN ESTA CRISIS?

ENTENDER LOS PATRONES DE COMPORTAMIENTO Y SUS IMPLICACIONES SON **CLAVES** PARA DESARROLLAR UNA **ESTRATEGIA DIGITAL** EN TIEMPOS DE CRISIS.



LA GRAN MAYORÍA DE LOS PAÍSES YA HAN PASADO LAS PRIMERAS FASES Y SE ENCUENTRAN EN LAS MÁS CRUCIALES:

**#4** PREPARACIÓN DE LA CUARENTENA  
**#5** VIDA BAJO CUARENTENA

COMO EN EL CASO DE ESPAÑA, QUE PASÓ DE 4 A 5 EN CUESTIÓN DE UNA SEMANA.

- **#1** COMPRA PROACTIVA DE SALUD MENTAL
- **#2** GESTIÓN DE SALUD REACTIVA
- **#3** PREPARACIÓN DE LA DESPENSA
- **#4** PREPARACION DE LA VIDA EN CUARENTENA
- **#5** VIDA RESTRICTIVA
- **#6** VIVIR COMO SI FUERA NORMAL

# SEO (SEARCH ENGINE OPTIMITZACION)

COMO EN TODAS LAS GUERRAS, Y ESTA NO DEJA DE SER UNA, HAY SECTORES QUE SE ESTÁN VIENDO BENEFICIADOS Y OTROS MUY PERJUDICADOS PRINCIPALMENTE POR DOS MÉTRICAS ESENCIALES: **TRÁFICO Y RATIOS DE CONVERSIÓN**.

LOS DATOS DE BÚSQUEDA OFRECIDAS POR GOOGLE, Y CON LOS QUE ESPAÑA SE VE IDENTIFICADA, MUESTRA QUE LAS CATEGORÍAS MÁS AFINES A LA ETAPA DE CONFINAMIENTO SON AQUELLAS QUE NOS PERMITEN CONOCER LA ÚLTIMA HORA DEL VIRUS Y, POR OTRO LADO, LAS QUE NOS **FACILITAN** LA VIDA EN ÉPOCA DE CONFINAMIENTO.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
Y NOTICIAS



FINANZAS



COMIDA



SALUD

## SECTORES EMPRESARIALES CON MAYOR NÚMERO DE PÉRDIDAS



TURISMO



CONSTRUCCIÓN



PUBLICIDAD



FABRICACIÓN



TRANSPORTE



INMOBILIARIA

## SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)

EN EL TRÁFICO ORGÁNICO DESTACA EL SECTOR BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL, CON UN **CPC** DEL **-20%** Y **CVR** EN UN **+41%**.

	CPC	CVR
BEAUTY & PERSONAL CARE	-14%	+6%
SKIN CARE	-3%	+21%
SPA CARE	-20%	+41%

EN CUANTO AL SECTOR RETAIL, LA INESTABILIDAD AFECTA YA A LAS TASAS DE CONVERSIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS ANUNCIOS DE BÚSQUEDA QUE SUELEN TENER MEJORES RESULTADOS Y QUE DE MOMENTO EN **ESTADOS UNIDOS** CAYERON YA UN **14%**.



# ¿QUÉ REDES SOCIALES UTILIZAMOS MÁS SEGÚN EL CONFINAMIENTO?



EL USO AUMENTARÁ UN **64%**  
SIGNIFICATIVAMENTE MÁS **39,4%**  
UN POCO MÁS **24,3%**



EL USO AUMENTARÁ UN **63%**  
SIGNIFICATIVAMENTE MÁS **38%**  
UN POCO MÁS **25,2%**



EL USO AUMENTARÁ UN **39%**  
SIGNIFICATIVAMENTE MÁS **22,9%**  
UN POCO MÁS **20,2%**



EL USO AUMENTARÁ UN **34%**  
SIGNIFICATIVAMENTE MÁS **16,4%**  
UN POCO MÁS **18%**



EL USO AUMENTARÁ UN **33%**  
SIGNIFICATIVAMENTE MÁS **15,7%**  
UN POCO MÁS **16,9%**



**EN ÉPOCA DE CRISIS, INTERNET  
NO ENTIENDE DE EDADES NI DE SEXOS**

**SEGÚN ALIBABA, EL NÚMERO DE  
PEDIDOS DE COMESTIBLES  
REALIZADOS POR USUARIOS  
ENTRE 50 Y 60 AÑOS HA SIDO  
CUATRO VECES MAYOR.**



**MISS FRESH AUMENTA EN UN  
237% SUS USUARIOS MAYORES DE  
40 AÑOS.**



**missfresh**

# VENTAS DE CONSUMIBLES ONLINE

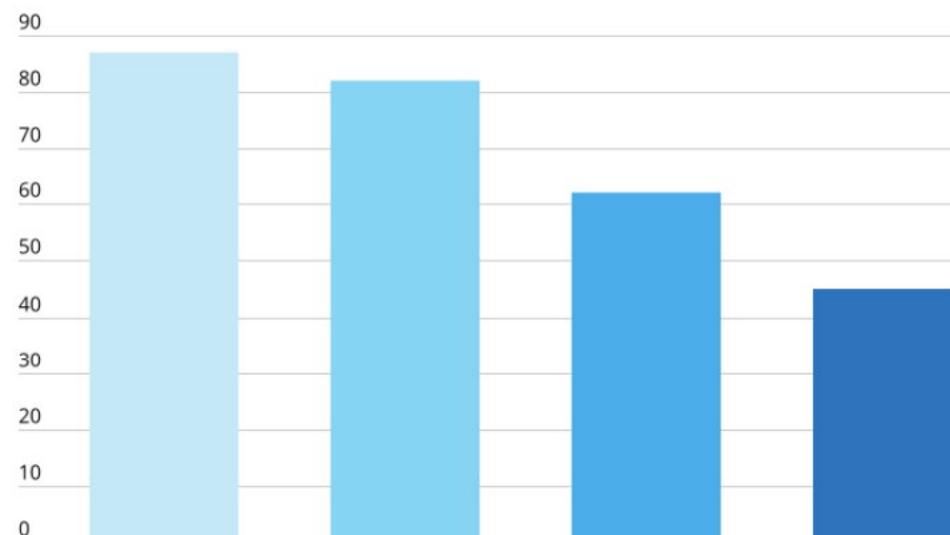
24.02.2019 VS. 24.02.2020



INCREMENTO DEL  
**60%**



SUPERAN YA EL  
**80%**



- FRANCIA
- ITALIA
- ESPAÑA
- AUSTRALIA

# OPORTUNIDADES EN ESTE NUEVO ECOSISTEMA DIGITAL

**1 NUEVOS CLIENTES MAYORES DE 40 AÑOS**

**2 NECESIDADES** MÁS INMEDIATAS DE LOS CONSUMIDORES:

- ALIMENTACIÓN Y SALUD (MATERIAL DEPORTIVO)
- COMODIDAD (EQUIPAMIENTO PARA EL TELETRABAJO)
- ENTRETENIMIENTO (JUEGOS PARA NIÑOS, VIDEOJUEGOS Y PROGRAMACIÓN DIGITAL)

**3 IMPACTAR** A ESTOS CLIENTES POTENCIALES CON CANALES DIGITALES, ADEMÁS DEL POTENCIALMENTE OFFLINE COMO ES LA TELEVISIÓN.

**4 APRENDER** A COMUNICARSE CON ELLOS Y CONSEGUIR SU FIDELIDAD A TRAVÉS DE CANALES POCO COMUNES AL E-COMMERCE COMO PUEDEN SER LOS SMS.

**5 AVISAR** SOBRE PLAZOS DE ENTREGA RETRASADOS Y PROPORCIONAR HERRAMIENTAS ONLINE DE NAVEGACIÓN Y SOPORTE PARA USUARIOS NUEVOS EN SUS PLATAFORMAS.

**6 MANTENERLES INFORMADOS** DE CÓMO SE CONTINUARÁ RESPETANDO PRÁCTICAS DE HIGIENE PARA AQUELLOS CONSUMIDORES PREOCUPADOS POR UN REBROTE DE LA PANDEMIA.

**7 BUSCAR** FUENTES ONLINE ALTERNATIVAS PARA ENCONTRAR LOS PRODUCTOS QUE NECESITAN. ¡AHORA HAY QUE DAR EL SALTO Y NO DEPENDER DE LOS DISTRIBUIDORES!

**8 E-COMMERCE** MÁS PEQUEÑOS ANTES NO SE PODÍA COMPETIR, AHORA SÍ! LA BAJADA DE COMPETENCIA POR GRANDES SUPERFICIES COMO AMAZON SIGNIFICA QUE EL ESPACIO SEM SEA MÁS ASEQUIBLE.

## ¿QUÉ RECOMENDAMOS DESDE ESTUDIO34?

ESTAMOS EN UNA SITUACIÓN **HISTÓRICA** CON RETOS A LOS QUE NUNCA ANTES UNA **ECONOMÍA GLOBAL** SE HABÍA ENFRENTADO.

NADIE SABE CUÁNTO VA A DURAR ESTA SITUACIÓN Y QUEDARSE DE BRAZOS CRUZADOS NO ES UNA OPCIÓN. POR ESTO Y POR TODO NUESTRO ANÁLISIS, AQUÍ **NUESTRAS RECOMENDACIONES** EN CUANTO A OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS A SEGUIR DURANTE LO QUE NOS QUEDA DE CRISIS SANITARIA.

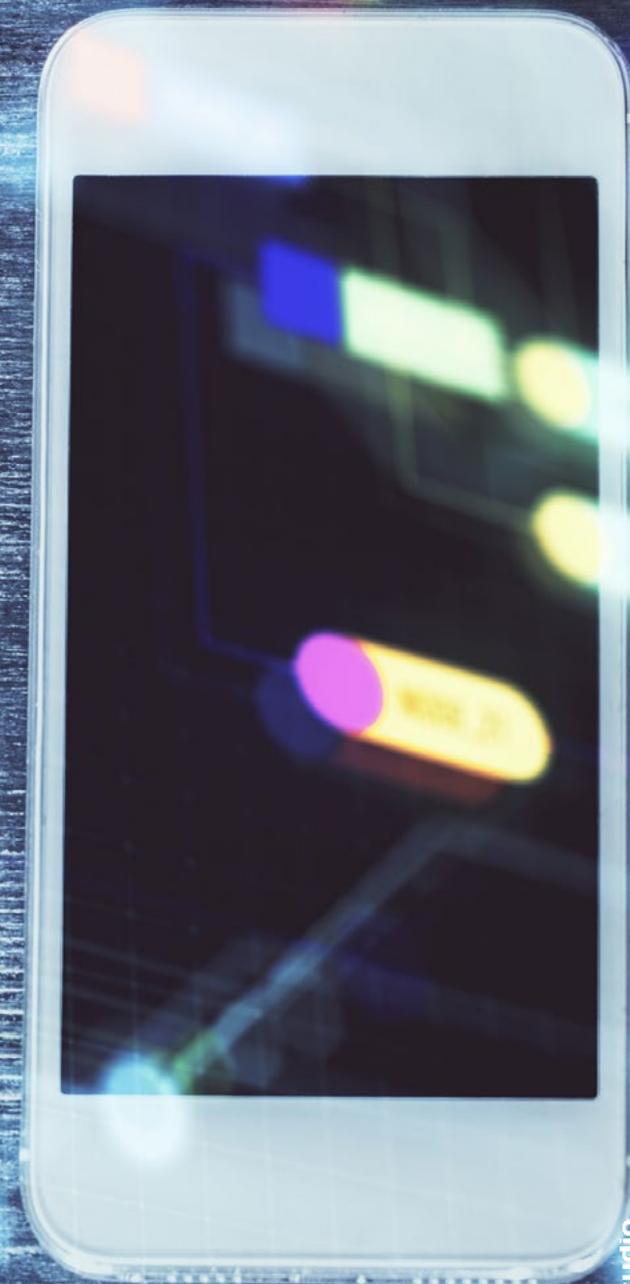


## SOCIAL MEDIA & GOOGLE ADS

- **ANUNCIOS DISPLAY.**
- **PROMOCIONARSE EN REDES SOCIALES.**
- **AVISAR AL CLIENTE DE LOS PRODUCTOS QUE TENDRÁN UN INVENTARIO LIMITADO, Y OFRECER ASÍ LA PRECOMPRA DE LOS PRODUCTOS MÁS POPULARES.**
- **SUPERVISAR ATENTAMENTE GOOGLE TRENDS, GOOGLE SEARCH CONSOLE Y OTRAS HERRAMIENTAS DE PALABRAS CLAVE PARA COMPRENDER LOS CAMBIOS EN EL INTERÉS DE BÚSQUEDA.**
- **ANALIZAR EL RENDIMIENTO DEL SITIO WEB.**
- **APOSTAR POR LA NATURALEZA ORGÁNICA DEL SEO: NOS PERMITE EVALUAR LAS PRIORIDADES CON MÁS TIEMPO Y MÁS A LARGO PLAZO.**
- **EVALUAR LA COBERTURA PAGADA Y ORGÁNICA COMO PARTE DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING EN RESPUESTA AL IMPACTO DEL NEGOCIO.**

# SEO

- **APROVECHAR LA NATURALEZA A LARGO PLAZO DEL SEO** PARA GARANTIZAR QUE SU SITIO WEB SE CLASIFIQUE BIEN PARA LAS PALABRAS CLAVE DE ALTO VOLUMEN Y ALTA COMPETENCIA.
- **LA PLANIFICACIÓN FUTURA Y LAS OPTIMIZACIONES** PARA LAS PRÓXIMAS INICIATIVAS PUEDEN GARANTIZAR QUE SU EMPRESA ESTÉ MEJOR POSICIONADA PARA CUANDO LA ECONOMÍA ESTÉ EN UNA FASE DE EXPANSIÓN.
- **TENER UNA PÁGINA O SECCIÓN DEDICADA AL CORONAVIRUS** PARA CAPTURAR TODO EL TRÁFICO RELEVANTE A ESTE TEMA Y, ASÍ, ENLAZAR EFECTIVAMENTE A ÁREAS CLAVE DE SU SITIO WEB.
- **DESARROLLAR MÁS CONTENIDO DE VIDEO Y UTILIZAR YOUTUBE:** GRACIAS AL ENVÍO ENTRE PERSONAS Y GRUPOS, LOS VÍDEOS CURIOSOS SON TENDENCIA Y ASEGURAN UNA GRAN VISIBILIDAD.
- **ACTUALIZAR EL CONTENIDO DE LAS PREGUNTAS FRECUENTES** POR SI SE DEBEN AGREGAR DE NUEVAS RELACIONADAS CON CORONAVIRUS.
- **TENER EN CUENTA EL AISLAMIENTO Y LA DISTANCIA SOCIAL EN LA MENSAJERÍA.** CONSIDERE ALGUNOS TEMAS DE BRICOLAJE EN TORNO A SU PRODUCTO O SERVICIO PARA EL CLIENTE DURANTE SU AISLAMIENTO.
- **INCLUIR LAS INSTRUCCIONES DE LIMPIEZA Y CUIDADO DE LOS PRODUCTOS** EN LA PÁGINA DE DETALLES DE LA WEB.
- **TENER EN CUENTA LOS POSIBLES CAMBIOS EN LOS SERP Y LOS ALGORITMOS DE GOOGLE.** LAS MARCAS DENTRO DE ESTE ESPACIO DEBEN TENER EN CUENTA EL DESARROLLO DE CONTENIDO Y MONITOREAR EL RENDIMIENTO.
- **ESPERAR DISPONIBILIDAD LIMITADA Y ANCHO DE BANDA DE LOS RECURSOS DE DESARROLLO.** SE PUEDE ALTERAR SIGNIFICATIVAMENTE LA FORMA DE ACTUALIZAR LOS SITIOS WEB Y VALORAR CAMBIOS A TRAVÉS DE UN CMS O CON UN CAMBIO DE CÓDIGO.
- **MONITORIZAR DE CERCA** PARA VER SI EL SITIO ESTÁ SIENDO RASTREADO, INDEXADO, PROCESADO Y CLASIFICADO POR LOS MOTORES DE BÚSQUEDA PARA IDENTIFICAR PROBLEMAS QUE PUEDAN LLEGAR.
- **APROVECHAR EL NUEVO MERCADO DE ESQUEMA DE CORONAVIRUS.** CONSIDERAR IMPLEMENTAR LOS ATRIBUTOS DE ESQUEMA RECIENTEMENTE ANUNCIADOS PARA CORONAVIRUS.



# ANALÍTICA WEB

## SI...

**... LAS SESIONES E IMPRESIONES DISMINUYEN, PERO SE MANTIENEN LOS RANKINGS, PUEDEN ATRIBUIRSE AL IMPACTO DE COVID-19 EN EL INTERÉS DE BÚSQUEDA.**

**...LAS SESIONES E IMPRESIONES SE MANTIENE, PERO LAS CONVERSIONES SON BAJAS, INDICARÍA QUE LAS PERSONAS ESTÁN INTERESADAS EN EL NEGOCIO PERO AÚN NO ESTÁN LISTAS PARA REALIZAR LA CONVERSIÓN.**

**...FUERA NECESARIO, POSPONER CUALQUIER A/B TESTING O TESTS DE INCREMENTALIDAD ENTENDIENDO QUE LOS RESULTADOS PUEDEN ESTAR VICIADOS POR LA SITUACIÓN ACTUAL.**

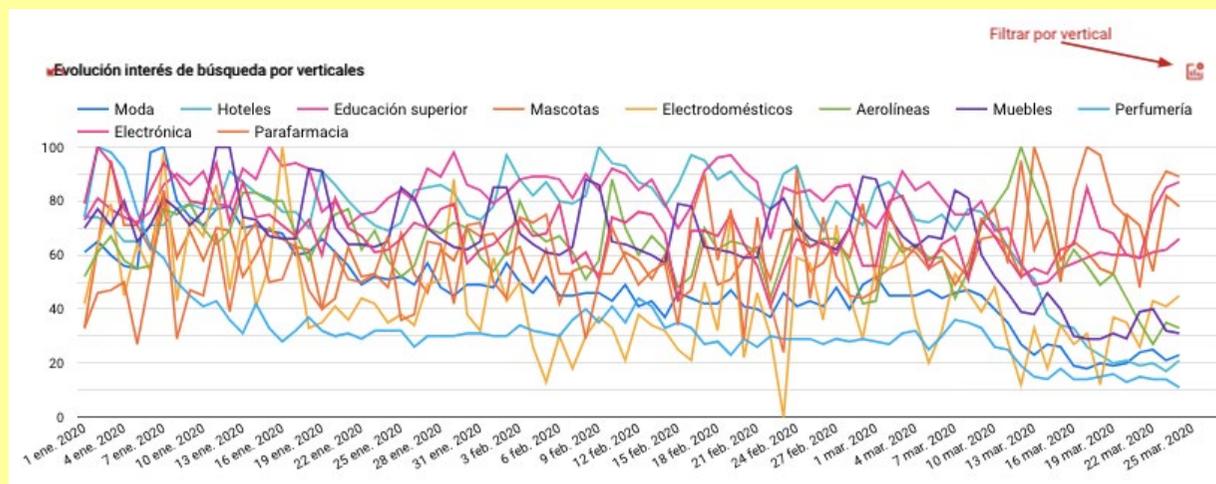
## DESPERTAR Y REINVENTARSE

MÁS QUE NUNCA, LA RESPUESTA SE ENCUENTRA EN EL **MARKETING DIGITAL**, EN EL QUE DEBEMOS SEGUIR INVIRTIENDO Y ESFORZÁNDONOS SIN TENER EN CUENTA POR UN MOMENTO QUE LA SITUACIÓN QUE ESTAMOS VIVIENDO ES ESTACIONAL Y REMITIRÁ, ES DECIR, QUE TENEMOS QUE VER MÁS ALLÁ.



**¡NO OS PERDÁIS NI UN SÓLO DATO!**  
**SEGUID EN DIRECTO A TRAVÉS DE ESTE ENLACE A NUESTRO DATA STUDIO**  
**EL COMPORTAMIENTO DEL COVID-19 EN EL ENTORNO ONLINE,**  
**ANALIZANDO Y COMPARÁNDOLO CON TODOS LOS SECTORES.**

**[HTTPS://WWW.ESTUDIO34.COM/COVID19-DATASTUDIO/](https://www.estudio34.com/covid19-datastudio/)**





**¿COMENZAMOS ALGO JUNTOS?**

**WEB**

[www.estudio34.com](http://www.estudio34.com)

**EMAIL**

[will@estudio34.com](mailto:will@estudio34.com)

[info@estudio34.com](mailto:info@estudio34.com)

**TELÉFONO**

**+93 393 91 34**

**¡SÍGUENOS!**

