

THE DIGITAL ROAD

6, 7 Y 8 DE MAYO

#GOTODIGITAL #GOTOGETHER

ALBERTO GARCÍA

MESA REDONDA

bilnea



Tecnología
para los negocios

MESA REDONDA

INVITADO



ALBERTO GARCÍA

RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN
Y PUBLICIDAD DE VICKY FOODS

PARA PROTEGER LA REPUTACIÓN DE UNA COMPAÑÍA EN TIEMPO DE CRISIS ES FUNDAMENTAL LA ESTRATEGIA Y EL LIDERAZGO. ¿QUÉ LE DIRÍAIS A LAS EMPRESAS QUE NO TIENEN UN PLAN DE CRISIS MARCADO PREVIAMENTE?

"DEPENDIENDO DE CADA SECTOR, DEBEN TENER UN BUEN MANUAL DE GESTIÓN DE CRISIS, CON PROTOCOLOS ACTUALIZADOS, EN TODO TIPO DE RIESGOS DE CUALQUIER EMPRESA QUE PUEDEN SER UNICO ADMINISTRATIVOS, AMBIENTALES, MUY VARIADOS Y QUE AFECTAN A CUALQUIER EMPRESA, DE CUALQUIER TAMAÑO."

¿QUÉ 3 ASPECTOS SON CLAVE EN ESE PLAN?

"CADA EMPRESA DEBE TENER ELABORADO UN MANUAL DE COMUNICACIÓN DE CRISIS. ESTE MANUAL TE PERMITE TENER ESCRITOS RECURSOS INTERNOS Y EXTERNOS, AGENCIAS A LAS QUE TIENES QUE LLAMAR PARA QUE TE AYUDEN UNA GUÍA DE ACCIÓN CON PROCESOS Y PROTOCOLOS MUY CLAROS. ESE EJERCICIO QUE HAY QUE HACER CON UNA AGENCIA EXTERNALIZADA Y ADAPTARLO A CADA FILOSOFÍA DE EMPRESA Y A CADA SECTOR Y CON UNOS OBJETIVOS CLAROS-"

¿CÓMO CREEIS QUE CAMBIARÁN LOS HÁBITOS DE CONSUMO TRAS LA PANDEMIA? ¿QUÉ GENERACIÓN CAMBIARÁ MÁS SUS HÁBITOS?

"EN CUANTO A HÁBITOS DE COMPRA Y LO QUE VENÍAN COMPRANDO Y ACUMULANDO, ACUMULANDO MÁS QUE NADIE, SON LOS TRAMOS DE RAMAS JÓVENES SON LOS QUE MÁS ACUMULABAN. EN LOS QUE HEMOS DETECTADO MÁS CAMBIOS HA SIDO EN LOS TRAMOS DE EDAD MÁS JÓVENES. COMO DECÍA ANTES, LA EXPERIENCIA DE CONSUMO ES IMPORTANTÍSIMA, PARA QUE LAS PERSONAS QUE NO HABÍAN ENTRADO ANTES AHORA VUELVAN A UTILIZARLOS CON MÁS FRECUENCIA."

¿HA VENIDO EL TELETRABAJO PARA QUEDARSE EN MUCHAS DE LAS EMPRESAS QUE TODAVÍA NO SE HABÍAN ATREVIDO A IMPLEMENTARLO? ¿EN PCCOMPONENTES YA ESTABA IMPLANTADO?

"EN MI CASO PERSONAL, ME TIRO DESDE LAS OCHO DE LA MAÑANA HASTA LAS OCHO DE LA NOCHE Y ESTOY TRABAJANDO MÁS QUE NUNCA. TE CONCENTRAS MUCHO MÁS, NO TIENES INTERRUPTIONES, LAS TECNOLOGÍAS FUNCIONAN MUY BIEN, SE SOLUCIONA POR VIDEOLLAMADAS O LLAMADA."

¿CUÁL FUE EL MOTIVO PRINCIPAL DE CAMBIO A VICKY FOODS?

"LO QUE SE PRETENDEN ES SATISFACER LAS NUEVAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES DE HOY EN DÍA. LA MARCA POR MOTIVOS HISTÓRICOS ES DULCESOL Y REALMENTE NECESITÁBAMOS QUE EL NOMBRE DE LA EMPRESA TUVIERA UN CAMBIO PROFUNDO PORQUE LOS CAMBIOS QUE HABÍA EN LA EMPRESA ERAN PROFUNDOS, CAMBIOS PARA SALIR A MERCADO INTERNACIONALES, INTERNACIONALIZANDO LA EMPRESA FUERA DE ESPAÑA, TENÍA QUE HABER UN CAMBIO QUE LO REFLEJARA, UN CAMBIO POTENTE. CAMBIO A VICKY FOODS EN INGLÉS POR LA INTERNALIZACIÓN Y "VICKY" ES EL APODO CARIÑOSO DE LA FUNDADORA VICTORIA. EN HONOR A ELLA SE LE PUSO ASÍ."

bilnea



Tecnología
para los negocios