GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

La cocreación para conectar con el consumidor

Actualidad Empresarial | 06/07/2023 | 00:00

En los últimos años, las generaciones han experimentado cambios significativos que han transformado la forma en que los consumidores se relacionan con las marcas. Consciente de esta evolución, Tandem aplicó esta estrategia para abordar un interesante proyecto en el cual conectar con un nuevo segmento conocido como Silvers, la generación X. Se habla de una generación, a menudo olvidada e incomprendida por las marcas, y con la cual Tandem logró conectar a través de un espacio de atención y conexión, un espacio en el que se sintiera en su salsa y se tuvieran en cuenta sus intereses. Y ese espacio se llama Canallas.

Y es que la clave para satisfacer a esta generación radica en comprender sus necesidades reales y deseos ocultos. Para lograrlo, Tandem creó una comunidad en la que los miembros se sienten escuchados y donde la marca obtiene valiosos «insights» para cocrear. El objetivo era validar ideas en un mercado a través de la escucha activa y la comunicación bidireccional, siendo fundamentales para establecer un espacio en el que cada individuo tiene voz. Con esta comunidad también se pretendía posicionar a Canallas en la mente del consumidor como referente de esta generación, de modo que esta pudiera reconocer la marca como un espacio preferido, en el que pudiera encontrar información relevante, artículos, noticias y productos afines a su estilo de vida.

Tras mucho esfuerzo y creatividad, Canallas se ha convertido en una plataforma de referencia para la generación X, donde los usuarios pueden estar al tanto de temas relacionados con el ocio, la música, la cultura, la gastronomía y la sexualidad. En esta comunidad, cada miembro puede sentirse escuchado, orgulloso y empoderado, ya que son los verdaderos protagonistas y se pone el foco en sus intereses, dejando de lado tendencias y modas que puedan encajar con otras generaciones.

La comunidad funciona y es que, es una realidad que, indiscutiblemente, todos tienen un lado canalla. Cuando las personas se sienten como en casa, se sienten cómodas y libres para expresar sus intereses, y esta es precisamente la clave del éxito de este proyecto. De esta manera, Tandem ha sabido comprender las necesidades y deseos de la generación X a través de la cocreación y ha construido una comunidad en la que los miembros se sienten parte activa de la marca. Esta estrategia innovadora demuestra cómo la atención y conexión con el consumidor pueden generar resultados positivos, incluyendo la fidelización de clientes, para ambas partes.

En conclusión, es evidente que en un mundo en constante evolución, las marcas deben adaptarse y evolucionar junto con sus consumidores. Canallas ha dado un paso valiente al enfocarse en la generación X, brindándoles la oportunidad de sentirse parte de una comunidad, siendo la forma infalible para conectar con nuestro consumidor y lograr la fidelización de clientes.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/210708-la-cocreacion-para-conectar-con-el-consumidor.htm