

Decálogo +1

de la Comunicación en Femenino
by Gemma Cernuda



1. Hablar asertivamente

Hacer lo que deseas sin herir a nadie y dejando claro porque lo haces sin ser “complaciente”. Escoger las palabras para que la comunicación afirme. Ser directa y explícita. No podemos gustar a todos. El compromiso de no querer ir en contra de tu intención es el motor que potencia la asertividad.

Es valiente, descarada y nos invita a saber decir que no.



2. Humanizar el mensaje

Debe partir de la emoción, del interior de uno mismo, desde el corazón. Comunicamos a partir de la experiencia, y a partir de vivencias. Todos y todas sentimos y vivimos emociones. El expresar los sentimientos, el hablar desde el yo humaniza el mensaje, la marca y la hace más creíble.

Una comunicación que mire a los ojos.



3. Comunicar en transparente

Los mensajes verdaderos, transparentes y reales hacen que la marca forme parte del entorno más íntimo del consumidor y así nos la hacemos más nuestra. Una marca que es transparente despierta confianza. Y ese valor está directamente relacionado con la fidelidad de marca.

Vamos a mostrar y decir que lo hacemos bien.



4. Mostrarnos cómplices

Es el gran atributo femenino. La complicidad que creará un vínculo con el target receptor y que nos hará sentir que han pensado ese producto y comunicación para mí. Esa complicidad para sintonizar con nuestra clienta y que se percibe real y sincera. Como uno de los nuestros,

La complicidad es un guiño a nosotras.



5. Ser inclusiva

La mujer está harta de ser ignorada, invisible y excluida. Por ello la comunicación que la incluya, la integre, la visualice y la VEA será la ÚNICA comunicación válida. Solo ese idioma conectará y la hará reaccionar al consumo. Si en la comunicación me ignoran yo ignoro a la marca.

Ser inclusivos es mirar juntos, para ver mejor.



6. Ser y sentir desde la empatía

Solo poniéndonos en la piel de nuestro publico objetivo, sabremos de verdad qué necesita y como se siente. Proyectar, desde la emoción canales y mensajes que nos ayuden a desarrollar un mensaje autentico y creíble. Solo sirve si ESTAMOS EN SUS ZAPATOS REALES, si vivimos su experiencia desde sus valores.

Empatía para entender.



7. Volver al tuteo

El tuteo forma parte de nuestra forma de acercarnos a nuestros semejantes. Tutear en términos de branding y comunicación es fomentar el colaboracionismo, es generar esa cercanía que me hace sentir protagonista del mensaje y que el cliente se sienta incorporado a la cadena de valor. Es co-crear los productos juntos.

Una comunicación que mire a los ojos.



8. Prescribir lo que nos gusta

Recomendar es lo que nuestra clientela debe hacer de nosotros. Un producto recomendado es la mayor estrategia de comunicación para que se capten nuevos clientes. La mujer recomienda algo que le gusta 27 veces más que el hombre. Al recomendar somos coherentes con nuestro comportamiento, devenimos embajadoras.

Al recomendar somos parte de la marca.



9. Aprender a conversar

El mercado es una gran conversación a 3 bandas: las marcas, los consumidores y el mercado. Entre los 3 agentes de este diálogo debemos CONVERSAR. Preguntemos al consumidor qué quiere y démosle la oportunidad para SER ESCUCHADO.

Crear espacios reales y virtuales para ese diálogo.



10. Pensar en la solución, ser Resolutiva

Pensar en la solución a la hora de elaborar el mensaje y de crear nuevos productos. Necesitamos crear un mensaje que te solucione y que te ayude en esas tantas mil facetas de la vida de la mujer.

Una solución práctica y comprometida con sentido común.



10+1. Negociar el GRIS

Ya no convence el blanco o el negro, el gris responde a una larga gama de matices donde entra todo el abanico que tenemos para encontrar opciones que hagan felices a más personas y colectivos. Donde todos y todas salgamos ganando. La gran arma para el Gris es LA INTUICION + CREATIVIDAD para llegar al camino del medio.

Gris= blanco + negro; Gris= tu + yo.