

CEO DIGITAL

PRESENTADO POR 

Escúchalo en tu plataforma favorita:



SHOW NOTES

EPISODIO 22

Responsabilidad social más allá de la tendencia

Contacto: ceodigital@mck.agency

EPISODIO 22

Responsabilidad social más allá de la tendencia.

De la mano de nuestro invitado Claudio Flores, Socio y CEO en Altazor Intelligence, platicamos sobre la militancia de las empresas en temas de responsabilidad social y la diferencia entre autenticidad e imitación.

A lo largo de este episodio, podrás conocer más sobre por qué las empresas deben resignificar la responsabilidad social a partir de la pandemia, y cómo es que las marcas han encontrado en las causas que mueven a sus consumidores, una manera de conectar con ellos. La clave de todo esto: una coherencia interna y externa.

Puntos clave de este episodio:

- Las marcas y la responsabilidad social.
- Cómo implementar correctamente la responsabilidad social.
- La era del propósito y su importancia en las marcas.
- Cómo comenzar a apoyar causas como empresa.

“**Las marcas** han encontrado en estas **causas** que emergen de sus consumidores y ciudadanos una **manera de conectar** con ellos o con ellas”.

Hoy en día muchas marcas buscan **atender a las necesidades de una comunidad** en particular.



Con la finalidad de establecer una **conexión emocional** con la marca y tener una **preferencia por encima de sus competidores**.



Buscan conectar con ellos para crear un **vínculo** emocional y racional.

(PRODUCT)^{RED}

Es decir, un nuevo tipo de **engagement**.



Diferencia entre autenticidad y simulación

- Las marcas deben de entender que no se trata de un **apoyo a nivel marketing.**
- Las causas deben de estar **bien fundamentadas** y se debe de estar **contribuyendo de manera auténtica** dentro de ellas.
- Comenzar en el **nivel organizacional** de la empresa es un buen punto de partida.
- Tiene que ser un asunto de **forma** y de **fondo**, que logre tener **coherencia a nivel interno y externo.**



“**Empieza** primero revisando cómo estás **adentro** para después salir y **presumirlo afuera**”.

La era del propósito



- Hoy en día tenemos que considerar al **ser humano** como el **centro de nuestra estrategia**.
- Como marca en la actualidad **no es posible no tener un propósito o una causa** que apoyar más allá de generar capital.
- Es una manera de **conectar** con las audiencias de manera **tangible y con pruebas**.
- Es **vital ser totalmente honestos** en este apartado porque en cualquier momento, de comprobarse lo contrario, puedes sufrir una **gran crisis de marca**.

Claves para la responsabilidad social

Ser coherente en nuestras acciones
y nuestros valores organizacionales

Ser auténticos con la
causa que apoyamos.



Recurre a los expertos y
déjate asesorar.

CEO DIGITAL

PRESENTADO POR 

Escúchalo en tu plataforma favorita:



SHOW NOTES
EPISODIO 22

Responsabilidad social más allá de la tendencia

Contacto: ceodigital@mck.agency