



## ¿Qué es el Mindful Marketing?

El Mindful Marketing es una técnica también conocida como marketing consciente y se centra en el aquí y ahora. Se basa también en tener en cuenta los pensamientos y las emociones.

Este modelo de marketing proviene del concepto mindfulness que se relaciona con la meditación y la realización de actividades que reduzcan el estrés que acompaña a las personas y les ayude a mantener la mente en positivo. La idea central es estar presentes en el «*aquí y en el ahora*» para lograr objetivos puntuales.

## La influencia del Mindfulness en las estrategias de Marketing

Esta es una técnica que busca conocer bien a los clientes para poder ofrecer luego productos y servicios que realmente llenen sus necesidades más primordiales. **Una estrategia de Mindful Marketing busca convertir a las marcas en compañías preocupadas por sus clientes** y por lo que realmente quieren. Es decir, en lo que se centran es en trabajar la conexión más profunda con su audiencia.

De igual forma, es una manera de conocer que hay una parte del público que pide a las compañías ser más responsables con el mundo que los rodea. **Entre algunos de esos cambios que piden están los temas globales como el medio ambiente, temas sociales y los políticos.**

Estos conocimientos impulsan a las marcas a poner un granito de arena en mejorar problemas reales. Así se gana un alto nivel de empatía con el público, generando un vínculo profundo y duradero en el tiempo.

En el mundo de hoy, el Mindful Marketing es importante para que las marcas puedan empatizar con su público objetivo y así generar experiencias placenteras y conscientes con sus productos y servicios.



## Aspectos importantes del Mindful Marketing en la actualidad

Implantar una estrategia de Mindful Marketing supone reformar los propios cimientos de una marca, puesto que deben adaptar absolutamente todas sus acciones, sus procesos y sus estrategias bajo nuevos principios más solidarios, sostenibles y socialmente responsables.

Las acciones de marketing que lleve a cabo una empresa van a estar enfocadas o dirigidas en atender problemas del medioambiente y ayudar a otros alcanzar sus metas. **Una marca que aproveche el mindful se centra en sus clientes y sus valores** más que en sus productos.

De esta manera, las prioridades de la empresa se centran en atender cuestiones como el clima, temas sociales y políticos. **Las personas centran todo el proceso creativo de la marca en el ahora y en el presente.** Es decir, todos los productos y servicios, desde el diseño de productos y el packaging hasta las estrategias y la publicidad están en consonancia con los valores y la filosofía que defienden.

Ejemplos de ello pueden ser empresas que decidan utilizar solo embalajes reciclados en sus productos, comunicarse siempre por vías telemáticas para evitar el uso del papel, o utilizar solo energías renovables en sus procesos productivos. No basta con realizar una acción puntual para figurar en la fotografía, deben tomar auténtica responsabilidad y demostrarlo siempre en todas sus acciones.

Con el uso del Mindful Marketing, **las empresas dejan de centrar su atención en las ventas y se preocupan mucho más por el bienestar de sus clientes y del medioambiente.** Esto produce una idea general de que cada vez que se compre un producto de dicha marca, se está ayudando al planeta entero.

## Otros factores claves de una estrategia de mindfulness

Principalmente, se puede hablar de cuatro características básicas que contiene una estrategia de Mindful y que sirven para atraer al público general a la marca. Usar campañas de este tipo trae consigo distintos beneficios:

### A.- El mensaje de la marca

Uno de los puntos en los que se centra una estrategia de Mindful Marketing es la de conectar con los clientes a un nivel emocional. Por ello, una de las mejores formas de lograrlo es mediante las historias contadas en post, artículos, redes sociales, etc. **El storytelling es un factor clave para que se transmita una buena información en una estrategia** de este tipo.

Los distintos clientes quieren conectar con empresas con valores y posturas claras y fuertes ante los retos que encara la sociedad. De esta forma, ellos pueden interactuar y divertirse. **El beneficio que tiene esto es que la marca va a poder relacionarse con las personas.** Así se consigue una relación más empática y duradera.

### B.- Los valores de la empresa

Otra de las características que identifican una estrategia de Mindful son valores como la empatía, el consumo eficiente y la solidaridad. **Alinear estos valores con sus productos y servicios es clave para posicionarse en la mente de sus consumidores.** A su vez, produce grandes beneficios como más humanidad, mayores ventas y mucha mejor reputación de marca.

### C.- El objetivo está en las personas

Toda estrategia de Mindful Marketing está enfocada en las personas y en sus clientes. **Este tipo de campañas se centra en ayudar a los vendedores como también a los compradores.** La idea es que todas las personas involucradas salgan ganando de alguna manera. Al mostrar su compromiso en temas como el clima, los temas sociales y los políticos, se abarca una gran cantidad de personas.

### D.- El medio ambiente, uno de los objetivos principales

El uso de campañas de Mindful Marketing busca desde un principio evitar el daño al medio ambiente y ser lo más eficiente posible con la menor cantidad de recursos. **La idea es no desperdiciar tiempo ni recursos naturales en el mundo de hoy en día y cuidar de ellos.**

De hecho, busca todo lo contrario, que es realizar acciones empresariales para demostrar su compromiso, ofrecer algún aporte social y ayudar a minimizar el impacto en el medio ambiente.

## **Beneficios de una estrategia de Mindful en el mundo del marketing**

Hoy por hoy son muchas las ventajas o los beneficios que trae consigo el uso de una estrategia de Mindful Marketing.

- **Permite destacar frente a la competencia** por tener acciones importantes únicas y dedicadas al 100% al cliente y al beneficio del ambiente. Tener estrategias de este tipo son muy bien vistas a nivel general y posiciona a la marca frente a la competencia.
- Con el mindful se asume una posición de autoridad frente a los clientes y también frente a otras marcas. **El uso de esta estrategia permite dar a conocer a una empresa como comprometida con valores y experiencias positivas** para los distintos clientes.
- **No es un proceso intrusivo**, sino que dedica todos sus esfuerzos a ser más libre y a apoyar el bienestar de los clientes. Permite enfocar los recursos en alternativas reales que den resultados en el corto y mediano plazo.
- **Las relaciones con los clientes son más fuertes y duraderas.** Esto es así porque las emociones siempre están presentes en esta estrategia. El mindful habla mediante emociones y utiliza el storytelling para mostrar los valores, la misión y la personalidad de la marca.
- Es una de las estrategias más efectivas para fidelizar clientes, puesto que consigue crear un vínculo sólido con el cliente y ganarse su confianza.

## **Consejos para utilizar las estrategias de mindful en tu empresa**

Integrar el Mindful Marketing en tu empresa no es algo que puedas hacer de la noche a la mañana. Requiere de un proceso largo de revisión no solo de los procesos, sino de la esencia misma de la marca: ¿Por qué existe tu negocio? ¿Cuáles son sus auténticos valores? ¿Cómo vas a transmitirlos de forma transparente y coherente?

### **1.- Redefinir a la marca**

Lo primero que se debe hacer es identificar cómo se puede o cómo se quiere contribuir en la sociedad por medio de tu empresa y su actividad. Lo que se tiene que tener en cuenta es que siempre se va a beneficiar la sociedad en su conjunto, por encima de ser una mera actividad económica para generar ingresos.

Aunque toda marca quiera vender, **el antiguo enfoque del marketing demasiado centrado en el aspecto comercial ya no resulta tan efectivo**. A pesar de que una compañía no se centre en vender, no quiere decir que la venta no sea uno de sus objetivos. Pero para lograrla, se va a centrar en trabajar las relaciones con los clientes y en cómo suscitar emoción y despertar la lealtad del público.

## **2.- Conectar con los clientes**

Un punto determinante para utilizar una estrategia de este tipo es trabajar la conexión con los clientes, ya sea interactuando con ellos o haciéndolos parte de una estrategia. Lo ideal es construir unos valores de marca que estén completamente alineados con los valores de tus clientes.

El objetivo debe ser conseguir que tu target se sienta completamente identificado con tu marca. Esto es lo que permitirá conectar con los clientes de forma profunda. Después, **la idea es que generes un discurso de marca a través de la comunicación, las acciones, los contenidos y tus productos y servicios que refuerce esa identificación** y que, además, también construya una imagen positiva de tu empresa.

## **3.- Conocer la causa de los problemas**

Analizar los problemas que se quieren resolver es clave para el Mindful Marketing. Esto no quiere decir que haya que abrazar todas las causas. Pero sí es necesario saber a cuál muestra más sensibilidad tu público objetivo y cómo puedes contribuir a mejorar su bienestar. Todas las acciones deben dirigirse hacia una solución efectiva de las problemáticas que enfrentan los clientes potenciales.

## **4.- Tener transparencia**

Una de las mejores formas de transmitir confianza y seriedad con los clientes de una marca es por medio de la transparencia en la comunicación. **Mostrar tu lado humano y presentarte como una empresa honesta con sus clientes es una de las decisiones más inteligentes.**

