

Pat Carrasco: "Las empresas deben anticiparse con decisiones basadas en datos"

Idear la campaña de Navidad en agosto: La inflación y el encarecimiento de muchas materias primas dejan a los consumidores sin poder adquisitivo, por lo que las marcas deben prepararse para este escenario.

"Las cifras macro y microeconómicas confirman lo que los profesionales del marketing han comprobado en los resultados de estos últimos meses: un otoño de caída de ventas propiciado por un estancamiento o recesión, que se prevé que dure varios meses", asegura Pat Carrasco, experta en marketing digital, profesora de la UOC y CEO de Las Cosmonautas, estudio de marketing especializado en herramientas digitales.

Para aportar soluciones a pymes y emprendedoras, desde su empresa lanzan un reto gratuito que comienza en septiembre para ayudar a los negocios a pasar esta próxima recesión y asegurar su supervivencia. La Xmas Week de Pat Carrasco ha sido un éxito en todas sus ediciones con más de 2200 participantes desde 2019.

"Así se puede aportar soluciones a la pregunta más repetida por los clientes: ¿cómo afrontamos, desde los negocios, estos momentos turbulentos?".

Todas las predicciones financieras y económicas apuntan a un escenario complicado este otoño-invierno en Europa. A pesar del crecimiento experimentado en los últimos meses, la inflación y el encarecimiento de muchas materias primas, dejan a los consumidores sin poder adquisitivo, por lo que las marcas deben prepararse para este escenario. El director de Economía del BCE asegura que la economía mundial podría encontrarse actualmente ante un proceso de encarecimiento del coste de la vida «sin precedentes».

La empresaria catalana resume tres estrategias para que los negocios puedan asegurar su supervivencia y retomar el control de sus ventas:

1. Recortar presupuesto de comunicación y marketing es una mala idea: ponerse a invemar después del verano deja a las empresas con incertidumbre y con menos ventas. Es momento de tomar decisiones basadas en datos para medir el retorno de cada euro invertido en comunicación y marketing. Es el momento de los negocios data driven y gestionados desde lo que el dato está contando.

2. La planificación es clave. Y, si se hace con antelación, se puede elegir entre profesionales que puedan ayudar, mejores épocas de venta y momentos para trabajar el branding, negociar precios, realizar compras masivas... 2022 es el año para tener un plan de venta bien estructurado, equilibrado y realista que ayudará a tener un control de las acciones de marketing, además de tener una tesorería

potente.

3. Diversificar en acciones de marketing es fundamental: si se mide, se puede encontrar una veta de oro que lleve incluso a vender más, es el momento de poner al cliente en el centro y entender por qué compran el producto o servicio.

Sobre Pat Carrasco & Las Cosmonautas

Pat Carrasco es la capitana de Las Cosmonautas, estudio de marketing especializado en herramientas digitales. Están especializadas en negocios digitales y startups iniciados por mujeres. Actualmente son un equipo de 4 profesionales especializados en diferentes áreas pero con la vista puesta en las campañas de pago. También cuentan con un equipo estable de 3 colaboradoras de diferentes áreas. El 99% de este personal está formado por mujeres. La facturación ronda en 250K anuales.

Datos de contacto:

Paula González
918443377

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>