

Article Name: "The Latin Impact"

Publication: Somos Weston/Broward (We Are Weston/Broward)

Date: March/April 2021

Author: Maryfe Gonzalez

"Somos Weston & Broward" is Regional magazine that deals with current issues for the Broward County community. It was born in the city of Weston but now its coverage covers the entire county.



Article Name: "The Latin Impact"

Publication: Somos Weston/Broward (We Are Weston/Broward)

Date: March/April 2021

Author: Maryfe Gonzalez

"Somos Weston & Broward" is Regional magazine that deals with current issues for the Broward County community. It was born in the city of Weston but now its coverage covers the entire county.

TENDENCIAS

TENDENCIAS

EL IMPACTO latino

Cuando una empresa se internacionaliza hace un esfuerzo por conectar con su público objetivo y diseña sus campañas de marketing basadas en el idioma y la cultura de cada país. Saber conectar con estos grupos es la clave para tener éxito en nuestras empresas.

La importancia de la comunidad hispana en la economía estadounidense es clave y está en continuo crecimiento. Los hispanos representan el 18.5% de la población total del país y se proyecta que alcance los 128.8 millones de personas en el 2050, lo que representaría un 30% de la población total de los EE.UU., convirtiéndose, previsiblemente, en el mayor país hispanohablante del mundo.



Características del consumidor hispano:

- Son muy sociables y les apasiona compartir lo que aman con sus amigos, familiares y su comunidad.
- Gasta cada vez más en marcas que se alinean con sus valores personales y que comprenden su trayectoria cultural.
- Tienen la capacidad única para combinar la experiencia de compra física y digital.
- La afinidad de los hispanos a la tecnología y el creciente consumo de medios digitales vs otros grupos de población no hispanos.

"TIPS" PARA DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING EXITOSA DIRIGIDA A LOS HISPANOS:

Sin miedo al "spanglish" pues hay que empatizar con la naturaleza bilingüe y bicultural de la comunidad hispana.

Incluir talentos hispanos, música e imágenes con influencia hispana. Creando campañas que se centren en imágenes hispanas y cuenten historias vibrantes y coloridas.

Crear campañas optimizadas para dispositivos móviles, no pierda la oportunidad de conectarse y comunicarse directamente con los consumidores hispanos.

El éxito es la diversidad cultural. Esto se puede abordar de muchas maneras, pero la más importante y que dará mayor credibilidad a la marca y generará el deseado "engagement", es acompañar al consumidor hispano durante todo el proceso de la compra.

Explotar la naturaleza "altamente social" de la comunidad hispana y asegurar su satisfacción a todos los niveles.

El disfrute en familia, es garantía de éxito. El concepto de familia para los hispanos incluye también parientes lejanos, padrinos e incluso amigos.

¡Si sabemos adaptar y combinar todos estos factores en nuestra estrategia de marketing para el mercado latino, alcanzaremos el éxito!!

Su-Fit

Presenta su Programa

ACTIVE KIDS Happy Kids

PRIMERA CLASE GRATIS
MARTES A LAS 4:00 PM
EDAD 5+

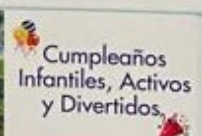
Creado por personal trainer (CPT) Susan Malinski



Entrenamiento Físico Para Trabajar el Equilibrio, la Fuerza y la Flexibilidad con Juegos Creativos y Mucha Diversión!



Creando Hábitos de Salud Física y Mental para Toda la Vida.



Cumpleaños Infantiles, Activos y Divertidos.



Google 5.0 ★★★★★

954-245-2071

WWW.SUSANMALINSKI.COM

@susanmalinski



Maryfe González
Consultora de Marketing y Publicidad
305-244-5543

10