

## **Documental de YouTube Marketing y Ventas 360°**

### **1. ¿Qué me llamó la atención?**

**R//**

- Que el marketing hoy en día se está dirigiendo en otra dirección que es alcanzar las emociones y el inconsciente de las personas.
- Muchas veces compramos algo y nosotros en realidad estamos motivados por fuerzas de las que no somos conscientes.
- El precio que nosotros estamos dispuestos a pagar es porque en realidad nos llega al corazón o a las emociones.
- Para obtener ganancias de las experiencias que nos lleguen al corazón, las empresas deben realizar un estudio de mercado y buscar nuevas oportunidades, no hacer este estudio de mercado una vez sino constantemente ya que las personas cambian constantemente de gustos.
- La forma en como vendemos la idea, el pitch que manejemos es importante, y daban el ejemplo del ladrillo; si se pone ladrillo a 1 dólar es diferente si se pone a vender el sueño de crear el hogar soñado para mí y mi familia. (elaborar una buena propuesta emocional)
- Si yo baso la empresa en un producto y pienso que ese producto va a ser exitoso siempre, estoy equivocada, porque la sociedad cambia muy rápido.
- Todo está conectado, no solo pensar en lo cambiante que esta la sociedad, sino también construir relación con los clientes, comprenderlos, ganarnos su confianza con calidad y satisfaciendo sus problemas.
- El marketing y las ventas deben trabajar de la mano, no por separado.

### **2. ¿Por qué me llamó la atención?**

**R//** Porque si todos los canales (redes sociales, llamadas, web) y equipos trabajan de manera integrada hablando el mismo idioma con el mismo objetivo, el cliente se va a sentir más seguro, más valorado y confiado; esto no solo mejorara la experiencia del cliente, sino que aumenta la venta. Hay que tener al cliente en el centro de todo porque finalmente son ellos los que tienen el control de la demanda de mi producto o servicio.

### **3. ¿Qué aprendí?**

**R//**

- Que el estudio del segmento objetivo para mi plan de negocio es importante para conocer a mis futuros huéspedes (sus hábitos, gustos y sus problemas) en el hotel Boutique Guandolo, para que cuando visiten el hotel quieran volver porque vivieron una experiencia que les dejó huella en el corazón, porque encontraron la tranquilidad, desconexión de su rutina diaria y conectaron con la naturaleza y la esencia del eje cafetero.
- Trabajar en equipo, que todos estemos alineados en información con la experiencia que queremos dar.
- Autoevaluarme, realizar seguimiento para saber que lo que estoy haciendo si está cumpliendo con el objetivo al que queremos llegar.
- Hacer un buen uso de las herramientas que tenemos como el celular, computador para prestar un servicio personalizado.
- Me quedo grabado lo que dijo Kotler y es que “todo suma, todo tiene impacto”; yo lo traduzco a que la diferencia está en los pequeños detalles y que menos es más.

### **4. ¿Cómo lo voy a poner en práctica?**

**R//**

- En mi plan de negocio: brindándole a mis huéspedes una experiencia de calidad desde el momento que realizan la reserva, durante su estadía, en el check out (realizar un feedback de cómo le fue en su estadía para así mejorar continuamente) y realizar seguimiento después de que se vayan, buscando fidelización de mis huéspedes.
- Identificar las oportunidades de mejora.
- Capacitar a todo el personal para que todos estemos alineados y trabajemos en equipo.
- Servicio personalizado con los clientes.
- Hacer informes de gestión mes a mes para saber que hemos logrado y que debemos mejorar.