

¿Por quiénes nos animamos a poner las manos en el fuego en el mundo del turismo de reuniones?



por Alejandro Verzoub desde Buenos Aires

En estos tiempos extraños donde las nuevas y viejas generaciones intentan convivir laboralmente, donde proveedores, intermediarios y clientes, pujan por llevar agua para su molino, y donde las crisis pasadas recientemente impulsan a un replanteo del tablero, la pregunta que nos ocupa no es menor...

¿Confiamos en el cliente que te pide una cotización, le respondes en menos de 24 horas con varias consultas específicas después de haber leído su solicitud, y durante 5 Días no tuviste respuesta de ninguna índole?

¿Merece que te pongas a trabajar en este proyecto si ni siquiera te pudieron responder el primer e-mail con consultas?

¿Y si después de recibir el e mail pediste una reunión para conocer un poco más sobre anteriores experiencias, o destinos que utilizaron en años anteriores?

También eso puede ser un desafío porque pareciera que con lo que te enviaron por escrito ya es más que suficiente y somos los intermediarios especializados los que deberíamos poder arrancar ya con una propuesta, después de todo Cancún, Aruba, Colombia o Miami son todos destinos parecidos y el que dice mayo, puede cotizar julio (*sarcasmo...*), jajajaja, total todo es "Caribe", no?

Difícil poner las manos en el fuego por ese proyecto cuando ya es difícil que el cliente conceda tiempo para que podamos elaborar una propuesta adecuadamente, allí nuestro entusiasmo decae en picada...

Pero para no pegarle solamente a los clientes corporativos tenemos también a los proveedores que no están preparados para trabajar con alta demanda y responden o cotizan cuando pueden, o no responden directamente. Llamar para pedir una cotización pareciera que fuera una invasión a la privacidad de muchos hoteles o restaurantes o salones de eventos.

Si manejas un hotel, un restaurante, un salón o un servicio de catering, te garantizo que vas a fidelizar clientes y ganar la pulseada con tus competidores fomentando la respuesta "just in time", hoy la misma es un activo diferenciador y muy valorado a todo nivel.

La industria del Mice requiere de confianza creando vínculos que nos permitan poner las manos en el fuego por nuestros aliados/proveedores y clientes también.

Poner las manos en el fuego por clientes que también se juegan por conseguir que una orden de compra se genere antes del evento y que permita que los meeting planners puedan facturar en tiempo y forma.

El contacto regional con otros colegas en IMEX o World Meetings Forum me alerta que esta situación se está repitiendo peligrosamente.

En próximas columnas le dedicaré más letra a las áreas administrativas y de compras que no dan pie con bola en el mundo de los eventos y siguen operando a contramarcha de lo que sucede en el mercado.

Al que incentiva Dios lo ayuda, y si logramos que pongan las manos en el fuego por nosotros, gri-taremos... ¡misión cumplida!!! ✖

Acerca del Autor: Es el presidente de AV Business & Communication, la primer full Service Incentive & Marketing Company de Argentina. Past president de Siteglobal en el año 2012 y ganador de 4 Crystal Awards de Site- Columnista y conferencista internacional en la temática motivación, fidelización y eventos corporativos. Es consultor, conferencista, capacitador sobre la temática Viajes de incentivos, hospitalidad y fidelización. Entre sus clientes se cuentan gobiernos provinciales y nacionales, Convention Bureaus, Cadenas hoteleras internacionales y Oficinas de promoción turística.