



## Despertar el Interés

Leí hace un tiempo algo que traducido al español decía algo así: “Para ser interesante primero hay que Interesarse”.

Efectivamente e Interesándose uno es capaz de Despertar el Interés. Hay que ser capaces de determinar la parte interesante de todo lo que nos rodea, mantenerse alerta, escuchar conversaciones, tomar nota de lo relevante e intentar extraer las conclusiones relevantes para nuestro negocio.

En la medida que seamos capaces de rodearnos de conversaciones interesantes, mantenidas por personas interesantes, seremos interesantes para ellos.

Hace un tiempo hacía referencia al Valor Social del Cliente, en cuanto a su capacidad de prescripción en medios sociales. Creo que otro de los atributos que aportan valor al cliente, así como a cualquier usuario con el que seamos capaces de mantener conversación es su capacidad de compartir con nosotros. Del mismo modo, a los ojos del cliente nuestra capacidad de interesar dependerá en parte de nuestra capacidad por compartir, independientemente de lo que hablemos.

Compartir experiencias, compartir conocimiento, compartir intereses, compartir momentos, para dejar que aquellas personas a quienes les interese lo que compartimos también compartan con nosotros, y finalmente



se pueda conectar mediante ese mágico vínculo emocional.

Conversación no es Hablar por Hablar. Hablar es hacer ruido y el ruido es Spam. El Spam no Interesa a Nadie.

Al final las herramientas que nos permiten vociferar, son las mismas herramientas que nos permiten compartir. Se trata de Blogs, Comentarios, Redes Sociales, Marcadores Sociales, Sitios Fotos y Vídeos, etc, al final no hay nada nuevo, simplemente cambia el enfoque de la conversación mantenida.

Vale la pena intentarlo, cuanto menos, así no se molesta a nadie.

contacte conmigo

y nos ponemos en marcha

o Suscribase para recibir estos Articulos en su Email

## Otros artículos que le pueden interesar:

## El Camino hacia la Recuperación:



## Consideraciones a tener en Cuenta

Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

Los errores mas comunes del Liderazgo

Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

El fin de la Fidelidad tal como la conocemos

Cargar más