



La ruptura con el cliente o amor de por vida

Cuantas veces hemos escuchado conversaciones acerca de rupturas en relaciones de pareja o rupturas con clientes. En la inmensa mayoría de los casos las causas son debidas a infidelidades o falta de diálogo en definitiva, desamor.

La infidelidad desde el punto de vista del marketing debemos verla como un activo que debemos gestionar si nosotros, somos los infieles por naturaleza que en nuestra búsqueda por clientes de mayor valor, que nos llenen, nos quieran y nos aporten más. En el fondo en el mundo de los negocios, el egoísmo es algo comprensible. Todos queremos ganar. Claro está que el cliente difícilmente entiende este egoísmo, y es que a menudo es necesario dar para poder recibir.

Eso sí, no nos gusta que nos sean infieles. No nos gusta que nuestro cliente acuda al hotel de enfrente, ni por un desliz, y ni mucho menos si fruto de la infidelidad surge una relación duradera entre ese bicho infiel, el cliente, y el hotel de enfrente. Por eso digo que la infidelidad es un activo que debemos gestionar, precisamente para evitar que se convierta en un pasivo. Y es que en el fondo siempre defendemos la infidelidad si somos nosotros los infieles, pero no perdonamos los deslices de nuestros clientes.

La falta de diálogo es a veces el desencadenante que degenera en un desamor e infidelidad. Debemos dialogar y conversar con nuestro ser amado, el cliente. Esto ayuda a conocer sus inquietudes y sus necesidades.



Que regalo le gustaría por su cumpleaños, y que le gusta hacer por la noche antes de acostarse. Seguro que fruto de la conversación y el amor correspondido encontramos el estado de ánimo necesario para complacer a nuestro ser querido, el cliente.

La conversación es sana, ayuda, y cuando se complementa con acciones, detalles y cariño garantizan relaciones duraderas.

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