



— Outperform the Future —

5 LECCIONES POST COVID PARA

CONSTRUIR EXPERIENCIAS



Cuando Sintec Consulting me invitó a colaborar en este artículo, decidí escribir sobre las lecciones aprendidas tras la pandemia porque es el momento de afrontar que, aún en un ambiente de incertidumbre, logramos superar desafíos con éxito y mantendremos esos aprendizajes como mejores prácticas.

fue adaptarse y/o renovarse.







Mantenerse Relevantes

Cautivar, no solo desde la experiencia, sino también por el valor que somos capaces de ofrecer, en resumen, ser relevantes. Ser un referente e influir en el diálogo de otras personas nos obliga a prestar mayor atención a qué brindamos y a quién invitamos. Las experiencias presenciales nos permitían modificar un espacio abierto o cerrado, de muchos metros cuadrados, en donde había múltiples impulsos sensoriales que despertaban el interés de los asistentes y lo redujimos a una transmisión en audio o video en una tableta, celular o computadora.

Captar la atención de un comprador o un visitante a un evento se convirtió en un reto mayor en un entorno digital con sobreofertas. ¿Cuál fue la solución que encontramos?, ofrecer valor. Más allá de lo que seamos capaces de construir físicamente, donde tenemos mayores herramientas y elementos para construir una experiencia, las marcas necesitan transmitir ese nivel de perfección o de detalle a través de herramientas electrónicas, lo que requiere un proceso de madurez, pero como en toda línea de aprendizaje, la palabra clave es adaptación.









Construir una experiencia seamless

Tener la revista Forbes en tus manos implica un nivel de calidad, pero ¿cómo pidemos lograr construir un símil entre la experiencia que ofrece la lectura de la revista o la exclusividad, la aspiración o el concepto que ofrece una marca y las expectativas de los eventos presenciales en una experiencia digital? El fondo y la forma importan más que nunca.

25 eventos presenciales al año, tenemos una audiencia que nos reconoce, una experiencia amplia y desarrollamos un sinnúmero de mejores prácticas, pero ¿cómo lograr que estas características fueran replicables a todos los escenarios virtuales posibles?, la clave para nosotros fue reimaginar y plasmar quiénes somos y qué nos caracteriza.









El secreto, conocer a los clientes





El objetivo es también escuchar al centro, a la organización, a los equipos, a los líderes de la compañía y promover justo esta interacción de ideas, de creatividad. El ejercicio cotidiano de creatividad y de mente ágil, de estar proponiendo, parece obvio, pero las empresas o las personas, los equipos, las áreas que mostraron, pasividad se quedaron en el pasado.

Hoy en día el juego de la creación de experiencias es estar un paso adelante, no solo las organizaciones, los clientes, la sociedad misma necesita de nuevos modelos para conocer y obtener sus productos o servicios, ¿por qué? porque la adaptabilidad es el nombre del juego.



