

el invitado

DOMÈNEC BIOSCA_Presidente de Educatur

¿El culpable soy yo?

España ha vivido 14 años de crecimiento económico ininterrumpido que ha facilitado formas de pensar estándar; todos se copiaban, pensaban y hacían lo mismo, creyendo que este tipo y etapa de crecimiento duraría toda la vida. Los cambios sociales, tecnológicos y económicos llevaban años avisándonos de que el milagro del acelerado mercado de demanda tenía caducidad, pero poco caso se les hizo hasta que ha llegado la recesión económica actual. Ante estos tsunamis podemos llorar o actuar.

Para saber cómo actuar con eficacia, se celebró en Marbella el congreso de la Unión Empresarial de Agencias de Viajes (UNAV), donde hemos debatido las distintas caras de lo que está pasando y podrá seguir pasando y, obviamente, las posibles soluciones, con ponentes tan ilustres como los directores generales de Viajes El Corte Inglés, Travelplan, Amadeus España, Iberia y Renfe, entre otros directivos.

En mi ponencia quise invitar a los empresarios asistentes, y ahora a los amables lectores, a que se pregunten cuántas de las variables que expondré están aplicando en su nueva forma de pensar y actuar. Variables que caracterizan el éxito en el acelerado caminar desde el plácido y facilón mercado de demanda hasta el mercado turístico de oferta súper galopante, competitivo, mediático y global y, en consecuencia, complejo.

En el mercado de la demanda se entendía por dirigir el cumplir el presupuesto, siempre una fotocopia mejorada del año anterior.

En el mercado de la oferta se debe liderar evitando los dictados, haciendo redacciones innovadoras para conseguir ser únicos y distintos, para poder ser percibidos por los clientes como los mejores. ¿Lo practica?

Para conseguirlo, el líder debe aprender a adelantarse a los cambios, y no ser sorprendido, como está pasando ahora, creando un solo equipo de anfitriones vendedores proactivos polivalentes ('todos a vender'), predicando con su ejemplo desde la proximidad, influyéndoles para conseguir el éxito. ¿Ejerce de líder?

En el plácido mercado de la demanda, la mayoría de empleados se creían, y manifestaban, que el sueldo se lo pagaban las empresas por trabajar.

En el complejo mercado de oferta debemos influir en nuestros colaboradores para que se enteren de que ninguna empresa paga sueldos y de que los clientes no pagan nuestro trabajo. Sólo pagamos nuestra felicidad. En definitiva, el sueldo se lo paga cada uno con sus ventas.

Con la que está cayendo ahora, es obvio que sin ventas no hay sueldos. Para que todos cambiemos nuestra caduca y engañosa forma de pensar es preciso desarrollar acciones formativas a los directivos, para hacer de ellos líderes de ventas y felicidad; y a los empleados en contacto con los clientes, para convertirlos en verdaderos anfitriones vendedores proactivos y polivalentes. ¿Está desarrollando estas acciones formativas cada tres meses?

Dirigir se entendía como cumplir el presupuesto

Al ser el cliente más exigente, nos obliga a dar calidad total

En el facilón mercado de la demanda, el cliente no podía escoger. En el acelerado mercado de la oferta, el cliente puede escoger con comodidad toda la oferta existente y comparar. En consecuencia, es más exigente; lo que nos obliga a trabajar la calidad total y las especialidades, entendiendo por calidad la talla de cada cliente, que quiere realizar sucesivas escapadas para premiarse. ¿Desarrolla planes de calidad y especialidades?

Para poder influir positivamente, el líder debe desarrollar la cadena de compromiso del trabajo

en equipo y los valores de las buenas personas para conseguir que sus colaboradores sumen sus estados de ánimo positivos.

¿Está practicando y predicando estos valores?

Si usted, mi apreciado lector, después de leer y reflexionar, con espíritu auto-crítico positivo y mucho humor, ha contestado positivamente a cada cambio de forma de pensar, esté tranquilo: usted no es el problema. Por el contrario, si se ha otorgado respuestas negativas, tiene ante usted el reto de evitar ser el problema.

Como siempre, me tiene a su disposición para coincidir o discrepar.

