

PONENCIAS



The brochure cover features a light blue background with silhouettes of palm trees and a building. At the top left is a QR code and a smartphone icon. At the top right is the AGESPORT ANDALUCÍA logo. The main title is 'XII Congreso AGESPORT Andalucía' with the subtitle '“Nuevos retos en la gestión deportiva”'. Below this, the location and dates are listed: 'Benalmádena 16 y 17 de mayo de 2014 Hotel Casino Torrequebrada'. A central collage of images shows various sports: sailing, golf, tennis, and a modern sports facility. At the bottom, there is a row of logos for sponsors and partners, including UMa, Ayuntamiento de Benalmádena, Junta de Andalucía, Málaga en Acción, FAGDE, Asociación Deportiva, Ingesport, MATRIX, CANTERO, daplast, and ID SISTEMAS.

PANEL DE EXPERTOS III: NUEVAS ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LAS ORGANIZACIONES DEPORTIVAS

PONENCIA: MARKETING EXPERIENCIAL

AUTOR: SR. D. ALEJANDRO ROMÁN

Marketing experiencial

Mejor vivirlo que te lo cuenten

¿QUÉ ES EL MARKETING EXPERIENCIAL?

Vender una experiencia es algo que conecta con el consumidor pero si, además, haces sentir esa experiencia le dejarás una huella imborrable de tu marca.

El marketing experiencial es el marketing de experiencias o el marketing emocional, es decir, un tipo de marketing basado en provocar sentimientos y emociones en el consumidor para que éste conecte con una marca de un modo mucho más profundo.

Ya se ha demostrado la relación entre la emoción y la compra, y como los consumidores compran más aquellas marcas que les despiertan emociones y sentimientos internos y que les hacen vivir y sentir ese compromiso que les lleva a comprar esa marca.

Además la clave de la fidelización es que te recuerden y los recuerdos se encuentran vinculados con las emociones. Si somos capaces de provocar una emoción, seremos capaces de dejar un recuerdo.

CLAVES DEL MARKETING EXPERIENCIAL

Hay muchas formas de provocar experiencias y despertar emociones en los clientes. Pero vamos a centrarnos en una de ellas, las experiencias provocadas por **LAS RELACIONES ENTRE PERSONAS**.

Desde que nacemos, la relación interpersonal ha sido la clave de nuestro aprendizaje. Desde el ámbito de la psiquiatría, las relaciones humanas forman parte del ser de la propia persona. Somos seres relacionales, necesitamos relacionarnos, y el cómo lo hacemos, define nuestra personalidad y provoca una multitud de experiencias y emociones, tanto positivas como negativas.

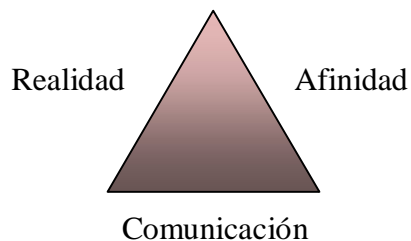
Esta comunicación interpersonal, se realiza entre los empleados y los clientes, entre los propios empleados, entre los clientes, con los proveedores y en definitiva, entre todas las personas que intervienen en la empresa. Sin olvidar que la comunicación que tenemos con nosotros mismo y con nuestro entorno personal más cercano, afecta directamente al ámbito empresarial.

¿POR QUÉ POTENCIAR ESTE MARKETING EMOCIONAL?

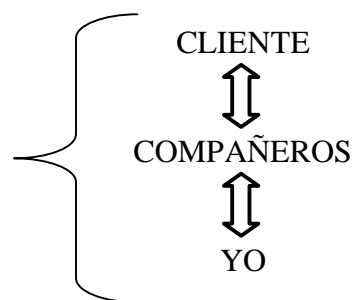
- Necesitamos diferenciarnos en algo más que en el precio.
- La fidelización es la clave de una empresa sostenible
- Potencia el up-selling y el cross-selling lo que repercute en un aumento de los ingresos.
- Cuando se desarrolla en una empresa, afecta a todos sus miembros lo que cohesiona el grupo y potencia la motivación.
- No necesitamos mucho para aplicarlo, las empresas suelen tener todo lo necesario, simplemente hay que identificarlo y diseñar el cómo hacerlo.
- Este marketing se basa en las personas y este es uno de los elementos más importantes de las empresas.
- Los recuerdos que producen son más duraderos en el tiempo.
- Siempre producimos algún tipo de emoción, si producimos emociones negativas su efecto es más destructor que las positivas, tenemos que controlar las emociones que producimos y reenfoclarlas en signo positivo.

¿CÓMO HACERLO?

1. El triángulo de las Relaciones Personales



2. Niveles de aplicación



3. Pilares básicos de la comunicación

- 1) SALUDO
- 2) SONRISA
- 3) NOMBRE

CONCLUSIÓN

Si queremos crecer, mantenernos o sobrevivir, necesitamos **DIFERENCIARNOS**, tenemos que crear clientes **FIELES Y APOSTOLES**.

Para ello el **MARKETING EXPERIENCIAL** basado en la **RELACIONES PERSONALES** te aporta la clave para conseguirlo, de la forma más **rápida**, con **poca inversión** y **más eficazmente**.



La **CLAVE** en las empresas son las **PERSONAS** (clientes, empleados, proveedores, directivos, propietarios...etc) y **LA RELACIÓN ENTRE ELLAS**, mejoremos la comunicación entre las mismas y habremos mejorado nuestras empresas y con ello nuestra sociedad.
COMUNIQUEMOS MEJOR, COMUNIQUEMOS CON EL CORAZÓN