

AHORA TOCA INNOVAR O FRACASAR

En este acelerado y complejo mercado de oferta turística, con un exceso de oferta compitiendo en precios de subasta vigilada a tiempo real por las redes sociales y las ventanas tecnológicas tanto de opinión como de reserva, sin olvidar los operadores que comparan las opiniones de los clientes de los hoteles que compiten con unos clientes globales, apoyados por la información mediática: **“EL AYER YA NO EXISTE”**, porque estos clientes súper informados a tiempo real pueden escoger, son más exigentes, saben que quieren **“SER FELICES”** exigiendo su talla de la **CALIDAD TOTAL** y despreciando la talla única en las ofertas.

Si a estos veloces cambios, le añadimos que lo primero que reserva el cliente es su ocio deseado, que condiciona el transporte y el alojamiento, estamos ante el reinado de las ofertas de las formas de distraerse, practicar su hobby y/o celebrar las emociones positivas que nos llevan a anunciar que los hoteles convertidos en **“ALMACENES DE CAMAS ABURRIDAS”** tendrán precios de subasta y escasos clientes porque **“SIN OCIO NO HAY NEGOCIO TURÍSTICO”**.

Para ayudar a los lectores inquietos a volver a tener éxito, rodeados de los tsunamis económicos, tecnológicos y de hábitos de compra, les invito a reflexionar sobre la capacidad de **INNOVAR** que no es más que **PENSAR Y REPENSAR**, para ir acertando en las nuevas y cambiantes expectativas - exigencias de los clientes.

Quiero recordarle que si usted ejerce de líder, empujará a sus colaboradores a salir de la zona de confort, donde los clientes ya han huido, acelerando su progreso a las nuevas zonas de éxito.

Recuerde que si **FORMA A SUS COLABORADORES PARA POTENCIAR SU TALENTO CREATIVO, LOS VALORES DE ESFUERZO Y LAS CREENCIAS ORIENTADAS AL ÉXITO** adquirirá el hábito de Pensar y Repensar.

Las nuevas tentaciones a los clientes son la consecuencia de **CONECTAR LAS IDEAS NUEVAS O QUE ESTABAN DISPERSAS PARA FOMENTAR LA CREATIVIDAD**.



Domènec Biosca i Vidal

Autor de 31 libros de Dirección de Hoteles
y de la Gestión Eficaz de Destinos Turísticos.



Hace una semana un asistente a la conferencia que impartí en Madrid sobre **INNOVACIÓN** me preguntó cuales eran los factores que ayudan en una empresa a querer Pensar y Repensar. Para usted y los que no asistieron, les daré dos claves:

- ✓ **1ª POTENCIAR UNA ORGANIZACIÓN CON TIEMPOS, ESPACIOS Y OBJETIVOS AMBICIOSOS PARA QUE PUEDA DESARROLLARSE LA CREATIVIDAD CONVERTIDA EN INNOVACIÓN**
- ✓ **2ª EJERCER DE LÍDER POSITIVO, OPTIMISTA, PRÓXIMO, RELACIONAL, COMUNICATIVO, PROVOCANDO UN AMBIENTE FAVORABLE PARA QUE SE DESARROLLE LA INNOVACIÓN**

También me preguntaron lo contrario, ¿Cuáles son los factores que frenan el Pararse a Pensar, Pensando o Repensando? También para usted y los que no asistieron, les concreto las causas:

- ✓ **EN LAS EMPRESAS CON POCO TALENTO Y/O COMPROMISO COMO LOS ERRORES SE ACUMULAN, ES MUY DIFÍCIL PONER EN MARCHA LA INNOVACIÓN YA QUE LA VERGÜENZA LES ORIENTA A CULPARSE ENTRE ELLOS O DECIR QUE EL CLIMA ES ASFIXIANTE.**

No quisiera finalizar esta reflexión sin invitarle a **FORMARSE** y **FORMAR** a su equipo que es **“TODO EL PERSONAL”**, porque el **PENSAR** y **ACERTAR** no entiende de jerarquías y sí de ilusiones. No olvide que **SIN INNOVACIÓN EL TRABAJO SE CONVIERTE EN MECÁNICO Y ABURRIDO, SIENDO FUENTE DE DESMOTIVACIÓN Y PARÁLISIS DE LA CREATIVIDAD COMO ANTESALA A LA INNOVACIÓN.**



Domènec Biosca

Director del Seminario: “Pensar y Repensar para volver a ganar”

Medalla de Oro del Gobierno Español al Conocimiento Turístico

2011

dbiosca@educatur.com

Twitter: @dbiosca



Domènec Biosca i Vidal

Autor de 31 libros de Dirección de Hoteles
y de la Gestión Eficaz de Destinos Turísticos.

Medalla al Mérito del Conocimiento Turístico, por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. 2011
Premio Nacional de Hostelería FEHR 08 - Mejor experto en Hostelería y Turismo

