



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353

# COMO PREPARAR LA DESESCALADA

Sugerencias y herramientas para crear propuestas de valor en destinos de marca

# ¿ Quien soy ?

¿ Un Truhan?



¿ Un señor?



¿ Algo Bohemio ?



¿ O soñador?



## “Nuestro país necesita del turismo del vino”, entrevista a Manuel Colmenero Larriba

6213 Views junio 11, 2013 3 Comments Actualidad, Aprendiendo\_de\_vinos, Post\_inicial  
Lola Hernandez



“Ser el mas rico del cementerio no es lo que más me importa. Acostarme por la noche y pensar que he hecho algo genial. Eso es lo que más me importa”.



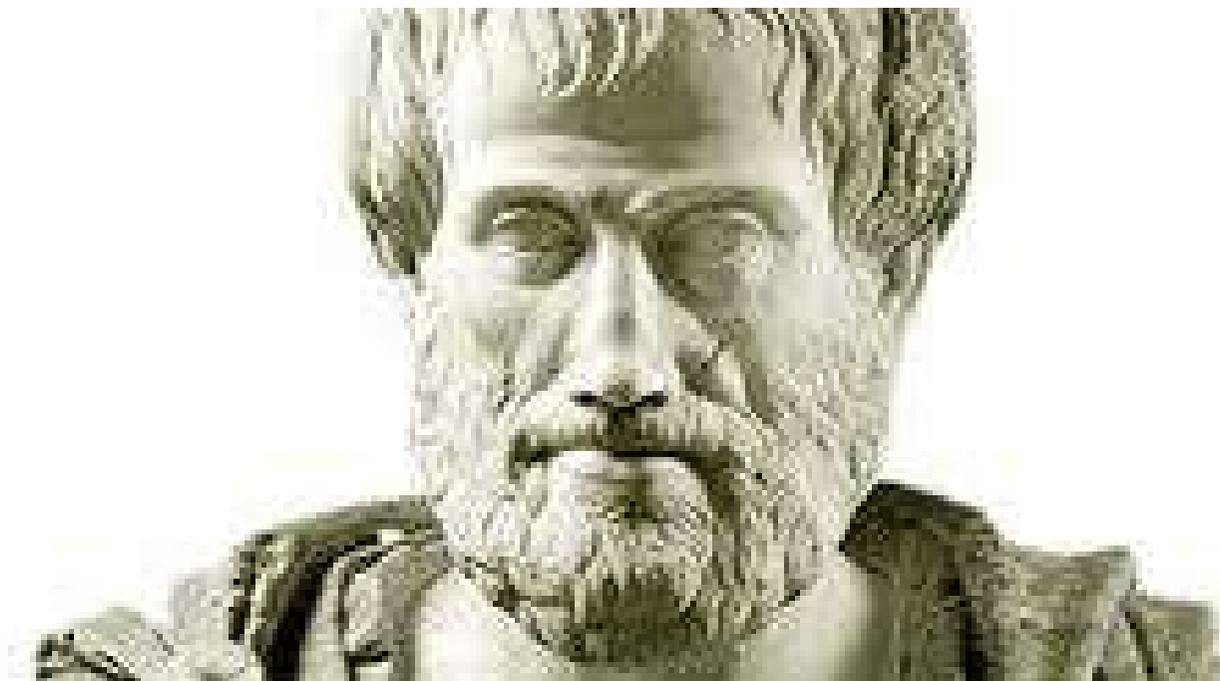
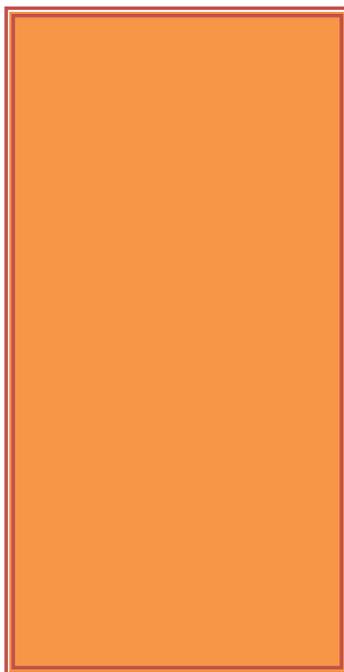
¿ Donde Estamos ?

Cisne Negro



# No te preocupes, ocúpate (Aristóteles)

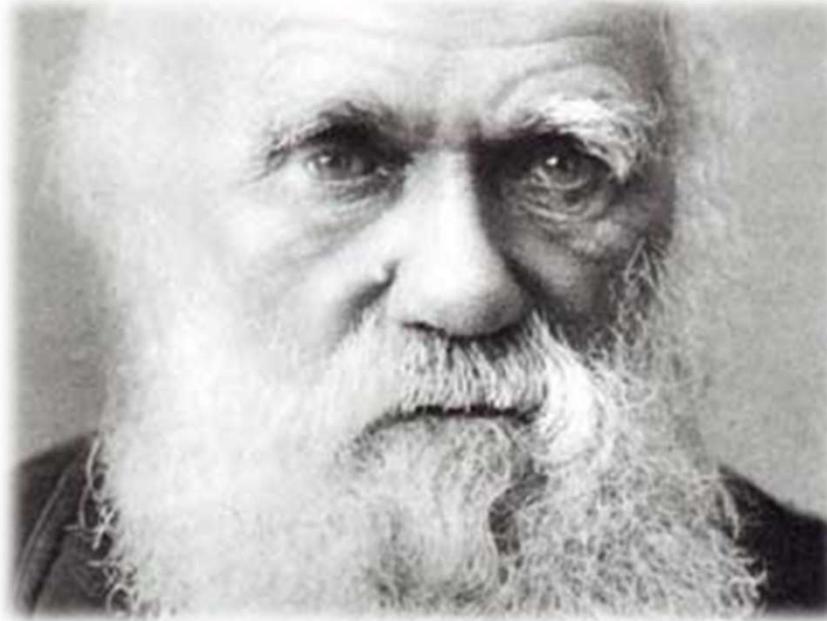
Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# ¿ Darwinismo?

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



La especie que sobrevive no es la mas fuerte, ni la mas inteligente, es la que se adapta mejor al cambio.

Charles Darwing





## Un consejo

“Ser resiliente no es tener fuerzas para continuar, sino continuar aunque no se tengan fuerzas”





# ¿Qué es la resiliencia?

La resiliencia es un proceso dinámico que tiene por resultado la adaptación positiva en contextos de gran adversidad.

Luthar

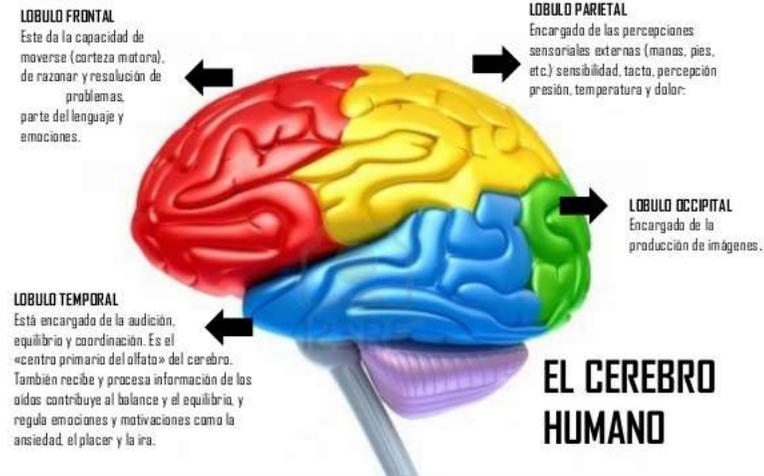




# Buenas noticias

Estamos programados para la Supervivencia

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



#### FUNCIONES

**A NIVEL BIOLÓGICO:**  
Mantener el organismo con vida y consciente de su experiencia pasada y presente.

**A NIVEL COGNOSCITIVO**  
Aprender





# Una noticia Buena

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



LARGALISTA

## Estos son los países que restringen la entrada a españoles por el coronavirus



- Más de 150 países vetan el acceso a viajeros procedentes de España por el coronavirus
- La última hora sobre la pandemia por el coronavirus, en directo



Mapa mundial de los países que imponen restricciones a España por el coronavirus (Ministerio de Exteriores)





¿Qué Necesitamos?



the **hizon**

BREAKING NEWS



# Objetivo

## □ Mantener el Talento

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



MÉRCOLES, 13 ABRIL 2020

LA VANGUARDIA **LA CONTRA**

Victor M. Amela - Ina Sánchez - Lluís Amiguet

**Finn Kydland**, premio Nobel de Economía; investigador de la Reserva Federal de EE.UU.

**¿Edad? Soy noruego; mi madre tiene 99 años y sale a bailar. Estoy casado con Tonya, una científica siempre dispuesta a discutir. Soy académico de la Racef. Si preserva su capacidad de innovar, España saldrá reforzada del confinamiento. Sus políticos deben pactar y ser predecibles sin dar sustos nunca**

**¿Que cómo saldremos de esta? Veamos: piense usted en un bar.."**

**Bares... ¿Qué lugares a salvar!**

Kydland se encontró con un grupo de compatriotas noruegos en el Dry Martini y se pusieron a cantar. Cuando llegó la Urbana, Javier de las Muelas y quien escribe lo salvamos de una ignominiosa detención mostrando una foto suya en el Parlamento, donde había disertado aquella mañana. El Nobel adora nuestros bares; viene a menudo y sabe dónde tienen los mejores callos o las bravas más picantes. Por eso, no hay ironía en el cuando los compara con la más sofisticada tecnología. Y me pide que los salvemos antes de que el confinamiento los haga perder su know how y nos empobrecamos. Tal vez, podamos rescatarlos haciéndolos tests seroepidemiológicos que garanticen la inmunidad de los clientes en cada barra. Sería menos malo que dejarlos morir lentamente.

**¿Por qué está tan seguro?**  
Proque estudio el caso español junto a otros investigadores de la Reserva Federal de Estados Unidos en Dallas, Enrique Martínez-García.

**¿Qué descalificaron?**  
Que a veces una economía parece floreciente; pero, en realidad está destruyendo la capacidad productiva de un país acumulando déficit y deuda pública por mala gestión partidista.

**Eso me suena.**  
Pasó en España. Y los inversores, al verlo, deducen que, tarde o temprano, les saldrán los impuestos. Y se van y el país se va degradando.

**¿Cómo cayó España en decadencia?**  
Desde principios de los noventa hasta el 2006, durante 15 años, la economía española parecía crecer; pero, en realidad, sólo destruyó valor.

**¿No fueron años buenos?**  
Sí, pero al menos, sólo en apariencia. En el 2006, España estaba enferma, aunque viviera una fiesta a crédito. Ahora, en cambio, se sabe enferma de virus, pero está mucho más sana.

**¿En los momentos todo era especulación?**  
Había dinero pero Estreche y yo nos morramos que, en realidad, esa riqueza era una burbuja insostenible sin valor porque España estuvo devaluada tecnológicamente durante quince años. No fabricaba nada que fuera realmente competitivo; por eso, apenas exportaba.

**Con connivencia política, las cajas de ahorros se volvieron pozos negros sin fondo.**  
En cambio, ahora, esta pandemia ha interrumpido la trayectoria prometidora de la economía española, que, durante estos 10 años había sabido crecer, innovar y exportar.

**¿La volveremos a ejercer?**  
Su capacidad de innovación seguirá intentando el encierro no se prolonga más de lo necesario.

**¿También ha estudiado la recuperación?**  
Desde el 2009 España se ha dirigido para innovar, buscar mercados, exportar como nunca. Y ahora estábamos recuperando empleo y, en algunos sectores, un empleo con recorrido y grandes perspectivas. Lo habían instalado bien.

**¿La volveremos a hacer?**  
España siempre nos ha sorprendido a los investigadores por su resiliencia. Sabe adaptarse a lo que le pasa. Pero, deber ser predecible.

**¿En qué sentido?**  
Los políticos no tienen que dar más miedo que el virus. Tienen que pactar paces de acuerdo y generar previsibilidad y expectativas de crecimiento a largo plazo. El innovador sólo invierte en serio en un país cuando puede prever que si invierte su dinero en un año, ganará x y pagará y impuestos. Es así de simple, ser predecible.

**¿Por qué?**  
Me dieron el Nobel por demostrarlo; se llama "consistencia temporal" y hace que los países abundados que salen poco en las noticias generen riqueza y los que salen mucho, la destruyan. La esencia de la propiedad es la inversión; el dímelo que genera la mala política.

**Lluís Amiguet**

**C**ómo vamos a salir de esta? La clave tras esta pandemia es mantener el capital humano si el confinamiento no lo destruye, la recuperación será rápida.

**¿Por qué ahora es tan decisivo?**  
Porque esto no ha sido un terremoto; no hay que reconstruir nuestros caracteres. Siguen ahí.

**¿De qué hay que preocuparse entonces?**  
De tener instrumentos financieros para que llegue la liquidez a todos, y que permitan que toda la capacidad de innovación permanente intacta cuando el virus remita.

**¿Y de qué depende?**  
De que el parón no sea tan largo que haga que se pierdan esas habilidades productivas y de que las medidas de liquidez hagan sólo sufrimientos.

**¿No será eso diferente en cada sector?**  
Entonces, no, mire, yo comencé Barcelona...

**Lo sé.**  
Pero piense en un bar con tapas maravillosas.

**¿Y por qué no es un laboratorio farmacéutico o de alta tecnología también tenemos?**  
En esencia, los mismos son cadenas que generan valor; pero, como estoy confinado aquí en Los Angeles, me apetecería mucho comer pan con tomate y jamón en Barcelona...

**Pues vayamos de tapas virtuales**  
Cualquier empresa -desde un bar a una consultora de ingeniería- depende, sobre todo, de su capacidad de innovar y competir. La productividad de un país no es más que la de todas sus empresas agregadas.

**Pues ya estamos en la barra.**  
Ojalá, pero, continuará teniendo las mejores croquetas de jamón cuando vuelva a abrirse?

**¿Por qué no las iba a seguir teniendo?**  
Pues porque el dueño no ha podido pagar sueldos y despide al cocinero experto y a los camareros simpáticos y pierde a los proveedores... Y cuando, al fin, vuelve también los clientes dejan de ir, porque ha perdido el valor que les daba.

**¿Entonces la clave es retener el talento?**  
Retener el know how el saber hacer y eso también incluye el de toda la cadena de valor: los proveedores, el puesto de la bioquímica que los vende ese jamón... Y el saber pedir de los clientes que aprecian esas croquetas y las pagan.

**¿Pues lo mismo es una seroepidemiología?**  
No es diferente de un bar: es otra cadena de valor. En vez de jamón, hay ingenuidad y parcialidad del confinamiento; los mejores ingenieros de la aeronáutica se van a Alemania, entonces se acibala la empresa y se acibala España.

**Bares... ¿Qué lugares a salvar!**

Kydland se encontró con un grupo de compatriotas noruegos en el Dry Martini y se pusieron a cantar. Cuando llegó la Urbana, Javier de las Muelas y quien escribe lo salvamos de una ignominiosa detención mostrando una foto suya en el Parlamento, donde había disertado aquella mañana. El Nobel adora nuestros bares; viene a menudo y sabe dónde tienen los mejores callos o las bravas más picantes. Por eso, no hay ironía en el cuando los compara con la más sofisticada tecnología. Y me pide que los salvemos antes de que el confinamiento los haga perder su know how y nos empobrecamos. Tal vez, podamos rescatarlos haciéndolos tests seroepidemiológicos que garanticen la inmunidad de los clientes en cada barra. Sería menos malo que dejarlos morir lentamente.



¿Qué ha Cambiado ?



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



“La ignorancia rezuma miedo cuando la inseguridad es nuestra única puerta hacia el futuro” -Javier Ongay





“Mundo **VUCA** — Volátil, Incierto, Cambiante, Ambiguo”—



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353

“En tiempos de turbulencia y cambio, es mas verdad que nunca que el conocimiento es poder”. J.F. KENNEDY





# Como es esta situación

Impredecible



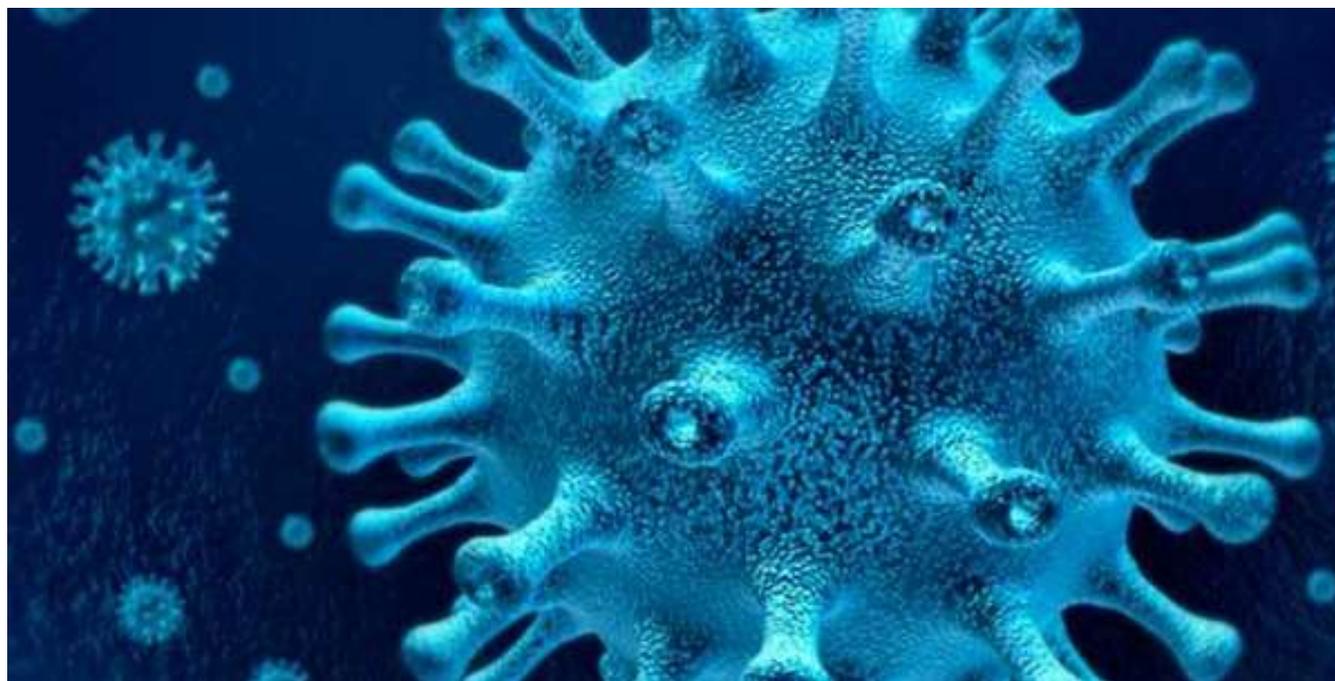
Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# Como es esta situación

Inédita



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# Como es esta situación

Internacional



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353







# Como es esta situación

Inseguridad



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# Como es esta situación

Innovación



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# Como es esta situación

Imprevisible



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





Espera siempre lo mejor, prepárate para lo peor



## ¿ Donde Estamos ?

Nuevos resultados, Nuevos Escenarios, Nuevos Cambios, Nuevas Situaciones



# El futuro ha llegado de sopetón

Toca.....

reinventarse



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# Nadie puede predecir el futuro

No hay recetas homogéneas.

Todos los consejos deben adaptarse a cada realidad

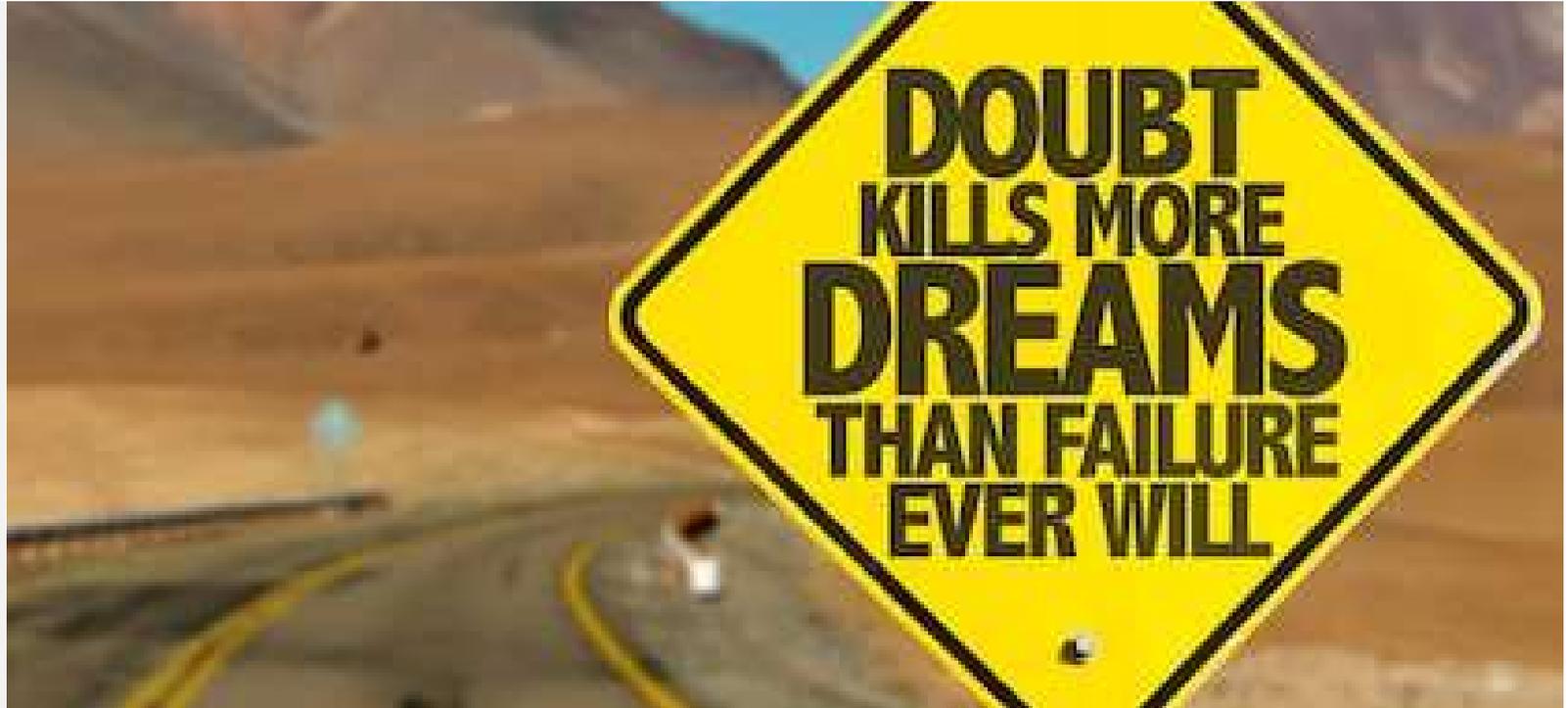
No hay pócimas mágicas, de hecho las recetas para hacerlas son con ópticas del pasado y no con lo que nos depara el futuro

CONSEJOS  
VENDO  
& PARA  
MI  
NO TENGO



No miedos, no limites, no excusas

**Boris Cyrulnik**, *“después de una catástrofe, siempre hay una revolución, resisten mejor los que tenían una buena disposición antes de que se produjera”*.



Las dudas matan muchos mas sueños que los fracasos



## ¿Qué debemos hacer?

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353

La aceptación es siempre una liberación, porque entonces puedes construir. Sólo lo que aceptamos lo podemos transformar.





¿Qué Necesitamos?



# Aceptar el presente

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353

<b>Unidades de Negocio</b>	Protocolos Aplicables al Enoturismo SET – ICTE – SALUD	
Bodegas Visitables y Tienda	Turismo Industrial (*)	Comercio (*)
Restaurante	Restaurante	Bar/Cafeteria (*)
Wine Bar		
Alojamiento	<a href="#">Hoteles</a> o <a href="#">Casas Rurales</a>	
Eventos	Organización Eventos (*)/Caterings	
Actividades de Ocio	<a href="#">Actividades de Ocio</a> / <a href="#">Guías</a>	
Museos	Museos	



(\*) Pendientes de publicación



# Trasmitir

Seguridad

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





¿Es el Gastroturismo Seguro?



## OPORTUNIDADES PARA EL ENOTURISMO

En Rutas del Vino de España estamos convencidos de que volveremos a viajar. Aunque lo que si habrá cambiado es nuestra forma de hacerlo. En este sentido, creemos que hoy cobra más sentido que nunca el producto que ofrecemos desde las Rutas del Vino de España:

- Las Rutas del Vino somos destinos no masificados.
- Contamos con un entorno natural extraordinario, el viñedo es la esencia de nuestro paisaje. Y te ofrecemos múltiples formas de disfrutarlo.
- Siempre **hay una Ruta del Vino cerca de ti**: nuestro club está conformado por 31 Rutas repartidas por todo el territorio nacional
- Somos destinos eminentemente agrícolas, auténticos y genuinos, que hemos buscado en el turismo una actividad complementaria.
- Somos gente **noble, honesta y trabajadora**, a la que nos gusta mostrar nuestro modus vivendi.
- Somos **pueblos vivos, con personas orgullosas de vivir en ellos** y de conservar nuestro estilo de vida y tradiciones
- Somos la España **llena de ilusiones, de proyectos, de optimismo y de experiencias vitales**, la mal llamada "España vaciada".

- Probablemente **los primeros desplazamientos de los viajeros serán a lugares cercanos**, a destinos aporten seguridad y confianza.
- Buscarán **destinos slow, espacios no masificados.**
- Querrán disfrutar de **experiencias personalizadas** para disfrutar con **personas de confianza.**
- Los viajeros buscarán **productos que puedan disfrutar a su aire**, sin prisas ni agobios.

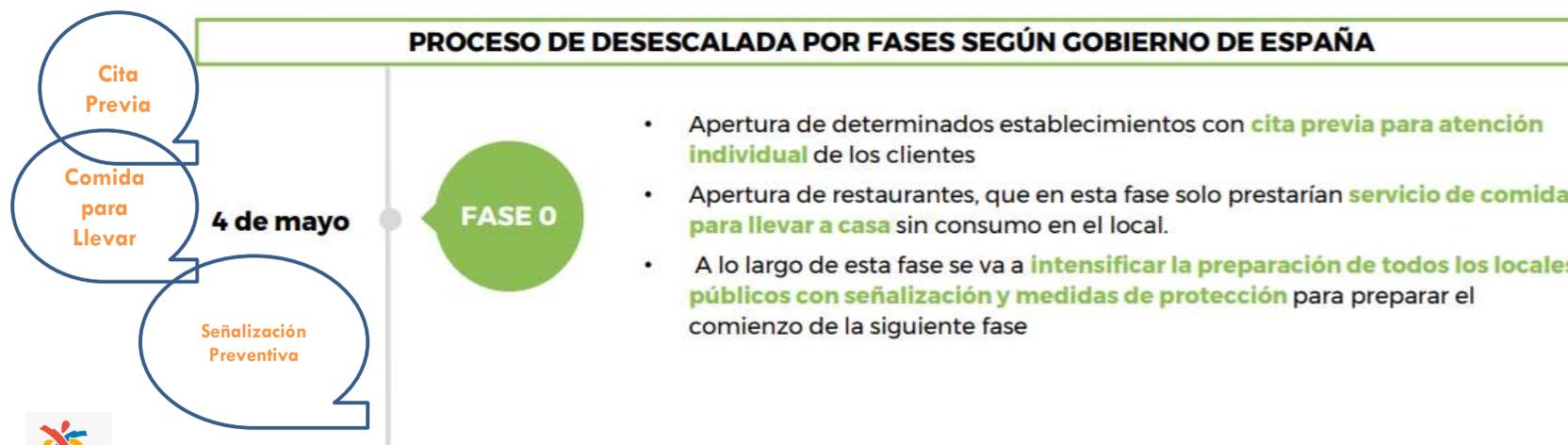
6



## DEESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

A continuación se presenta un **resumen de las principales medidas contempladas en el Plan de desescalada publicado por el Gobierno que afectan de forma directa al enturismo**. Como es lógico, la evolución de la pandemia marcará los límites temporales pudiendo sufrir modificaciones las fechas indicadas, por lo que deben tomarse de forma meramente orientativa. Asimismo, cabe destacar que el proceso de desescalada no será uniforme y las fases vendrán determinadas por la situación de cada uno de los territorios, en función del control de la epidemia en cada provincia y a la velocidad que permita la situación sanitaria de cada zona. En cualquier caso, se trata de un resumen orientativo y **se recomienda consultar la información actualizada en fuentes oficiales**.

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





## DEESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

### La interpretación de estos criterios sitúa la apertura del enoturismo en la FASE 1

11 de mayo

FASE 1

Espacios  
Amplios y  
Aireados

Eventos  
Culturales  
Adhoc

Seminarios  
Empresa  
MICE

- Apertura de **terrazas en hostelería** con limitación de ocupación al 50%.
- Apertura de **hoteles y alojamientos turísticos**, excluyendo las zonas comunes y con restricciones. Desinfección y refuerzo de normas de salud e higiene.
- Apertura de **comercios de menos de 400 m<sup>2</sup> sin necesidad de cita previa** con una capacidad máxima del 30%. Preferencia mayores 65 años.
- Se podrá realizar **turismo activo y de naturaleza** en grupos limitados de personas dentro de la misma provincia
- Se podrán realizar visitas (aunque no realizar actividades culturales en ellos) en **museos**, con un aforo limitado.
- Se podrán realizar **actos y espectáculos culturales de menos de 30 personas** en lugares cerrados (con 1/3 de aforo).
- Se podrán realizar **actos y espectáculos culturales al aire libre de menos de 200 personas** (sentado y manteniendo la distancia necesaria).
- Se pueden celebrar **seminarios y congresos con menos de 30 asistentes** y respetando distancia de seguridad

• Viajes a **segundas residencias en la misma provincia**

8



## DESESCALADA: RESUMEN DE MEDIDAS POR FASES

8 de junio

FASE 3

- Flexibilidad de la movilidad general, **reforzando las medidas de protección:** Mascarillas, distancia mínima de seguridad.
- Las **actividades con 1/3 de aforo en fase II podrán pasar a 1/2 de aforo** en esta fase.
- Apertura de **playas**, en condiciones de seguridad y distanciamiento.
- Aumento al 50% del aforo en zonas comunes de **hoteles y apartamentos** turísticos
- Se extenderá el aforo en **restauración** y se permitirá el servicio en barra con la separación entre clientes que se determine. Las discotecas y bares nocturnos podrán abrir con un aforo limitado.
- Se permitirán **actos y espectáculos culturales** de menos de 80 personas en lugares cerrados
- Se permitirán **actos y espectáculos culturales, parques temáticos y de ocio al aire libre** de menos de 800 asistentes (sentados)
- Se elimina la restricción de pasajeros en ferries
- **No está previsto que se permitan los viajes a distintas provincias hasta que finalice la Fase III** (22 de junio, en el mejor de los casos)

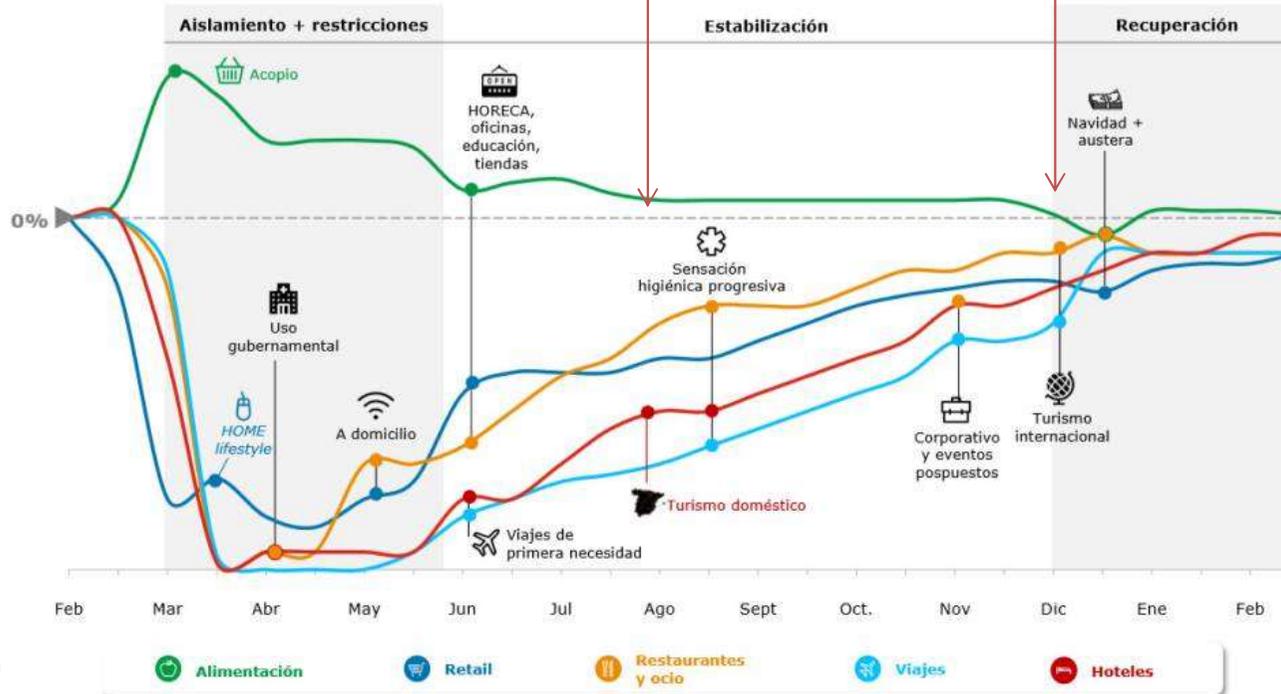
10



# Una noticia Buena

## Racional de recuperación por sectores

Análisis sectorial (%Var. sobre Año Anterior)



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353

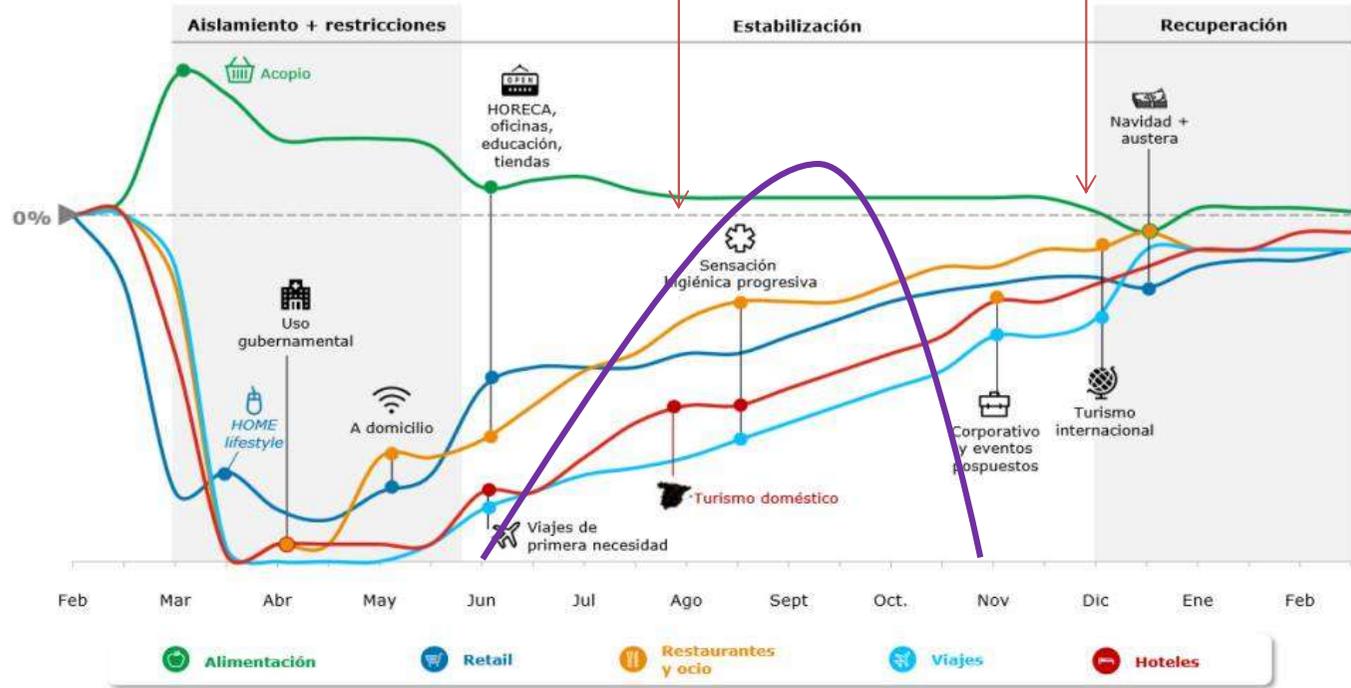




# Una noticia Mala

## Racional de recuperación por sectores

Análisis sectorial (%Var. sobre Año Anterior)



Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





¿Cuál es el Objetivo?



Atender Pocos, Bien y rentables

Se sientan muy seguros

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





# Debemos cuidar la comunicación

- ❑ • ¿Está permitido el desplazamiento a ese destino?
- ❑ • ¿Es seguro visitar una bodega? ¿y alojarse en un hotel?
- ❑ • ¿Qué medidas de seguridad se toman?
- ❑ • ¿Existe una cierta normalidad en el destino?
- ❑ • ¿Qué servicios están disponibles en la zona?
- ❑ • ¿Podré cambiar o cancelar mi reserva?



shutterstock.com • 1219716601



# Debemos cuidar la comunicación

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



Prestar una **atención más personalizada** e individualizada,

Atender **grupos más reducidos**,

Será fundamental **respetar** en todo momento **la distancia**

Cuidar los espacios de **recepción de clientes** y la **zonas de espera**.





# Debemos cuidar la comunicación

- ❑ Se deberán servir los alimentos en **raciones individuales**. No utilizar en ningún caso platos compartidos.
- ❑ Deberemos mejorar nuestra capacidad de **personalizar** la experiencia del visitante.
- ❑ Tendremos que **adaptarnos a las necesidades** de los grupos (mayor flexibilidad de horarios, duración, contenido de las visitas y servicios).





# No es necesario que inventéis



## PAUTAS PARA REACTIVAR EL ENOTURISMO

### 3. ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ENOTURÍSTICOS

- Crear **más actividades y experiencias innovadoras, centradas en el viñedo y al aire libre**: después de muchos años con el discurso centrado en la bodega o en el museo, llega el momento de poner en valor el viñedo como espacio de ocio y disfrute. Tras un largo periodo de confinamiento, estamos convencidos que la demanda dará mayor valor las experiencias en espacios abiertos, que permitan disfrutar de la naturaleza de forma activa, realizar actividades de salud y bienestar o expresarse de forma artística.

Picnic / brunch entre viñedos	Wine bar exterior	Maridajes	Fiestas y veladas	Talleres de cocina	Cursos de cata	Degustaciones de productos	Eventos familiares	Reuniones	Teambuilding
Conciertos y teatro	Festivales de Música	Cine de verano	Grabaciones (anuncios, películas, series)	Divulgación de la cultura local	Muestras de artesanía	Juegos, miedo y diversión	Actividades en familia	Actividades para niños, escolares y estudiantes	Cluedos, escape rooms, gimkanas
Vendimia	Relax y descanso	Esoterismo, espiritualidad, astrología	Astronomía, cielos limpios	Historia y visitas teatralizadas	Eventos efímeros	Fotografía y artes escénicas	Exposiciones artísticas	Salud y bienestar	Senderismo
Cicloturismo / Rutas en bici	Running	Paseos a caballo	Rutas en 4x4	Paseos en globo	Tren turístico	Rutas geográficas o temáticas	Observación de la flora y fauna	Talleres de educación ambiental	Birdwatching

18





# Trasmitir Higiene / Seguridad



## Higiene de manos

**Cubrirse la nariz y la boca con un pañuelo al toser y estornudar**, y desecharlo a un cubo de basura con tapa y pedal.

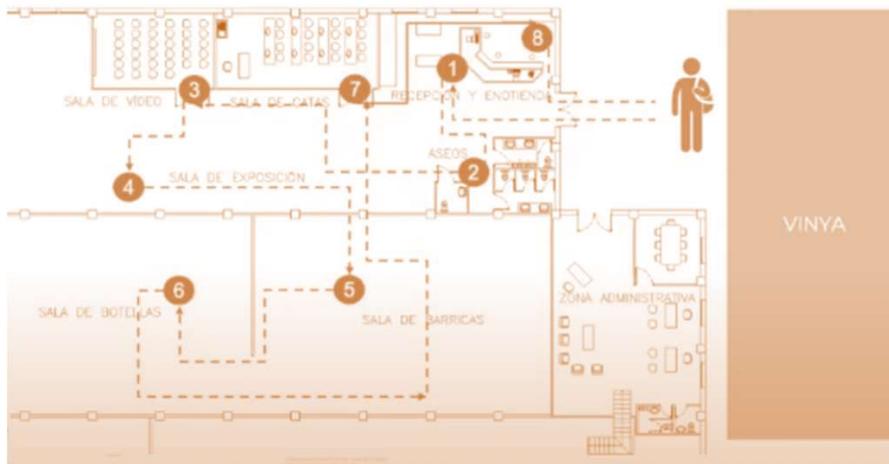
Hay que **evitar tocarse los ojos**, la nariz o la boca.

Evitar el contacto y **mantener la distancia mínima de 2 metros** entre personas.

- Utilizar **equipos de protección individual** (mascarilla, guantes, pantallas protectoras) adecuadamente cuando no se respete la distancia.



# Readaptar



- Más **higiene en todo el proceso de prestación del servicio**, especialmente en los servicios de comidas y degustaciones.
- Debemos **hacer más visible para el cliente el hecho de que se desarrollan de manera eficaz los protocolos de limpieza y desinfección**, por ejemplo con cartelería y/o dejando a la vista los registros de limpieza periódica.



# Readaptar

- **Formar al personal** en los nuevos protocolos de limpieza y seguridad.
- **Limpiar y desinfectar** con mayor frecuencia las zonas con mayor tránsito de personas,
- **Lavar y desinfectar** las copas, platos y cubiertos a alta temperatura (más de 80°C), así como los manteles, servilletas y uniformes de trabajo (a más de 60°C).
- **Desinfectar** constantemente mostradores, pomos, teléfonos, datáfonos o cualquier superficie o utensilio que pueda ser transmisor del virus.





- **Reduciremos al máximo los cruces de personas** , estableciendo **circuitos de entrada y salida**.
- **Limitar el aforo** de las salas, comedores y espacios de degustación, asegurando una mayor separación entre mesas.
- Prestaremos especial atención a las **zonas de parada de la visita, los espacios de recepción y proyección de audiovisuales**.
- Disponer de **espacios cuidados al aire libre como jardines, terrazas o**
- **Zonas de picnic y degustación exteriores** será un factor diferencial.
- Tendemos que **disponer de todos los elementos necesarios para ofrecer un servicio seguro, dispensadoras de geles desinfectantes** en diferentes puntos (zonas comunes y espacios de degustación), utilizar guantes higiénicos en la manipulación de alimentos y otros métodos de protección individual.





# Claves para Triunfar - VALOR



- Tendremos que crear valor para nuestros clientes y nuestra sociedad.
- Debemos alejarnos, de "esto es lo que tenemos" y empezar a definir nuestros productos y servicios como "eso es lo que quieren y desean sentir".
- Hay valores claramente al alza, como auto trascendencia, bienestar, motivación, nostalgia... y ahora es una oportunidad.



# Claves para Triunfar - TIEMPO

- No nos va valer tener una buena idea, y ponerla super rápido en el mercado en cuanto termine el confinamiento.
- Vamos a tener que **generar confianza** (anclaje) , familiaridad y valores comunes.
- No por tener una marca más potente y más presupuesto, podemos ir de arrogantes y pensar que todo el mundo nos quiere escuchar.
- El valor va sobre ellos, no sobre nosotros.





# Claves para Triunfar - EXCELENCIA



- La excelencia en el servicio y en el destino.
- No tan solo en los procedimientos, si no en la percepción de nuestro producto como tal.
- La excelencia en nuestro trabajo va a tener que superar las expectativas del cliente.
- Vamos a tener que generar magia , y nuestro servicio va a tener que ser valorado y percibido como algo extra más allá de lo habitual, sin que represente un coste adicional para el cliente.



# Claves para Triunfar - SEGMENTACION

- ❑ A nivel de producto, podemos diseñar uno que nos sirva para todo el mundo.....
- ❑ Pero está claro que a nivel de comunicación, esto no es posible... vamos.
- ❑ Tendremos que segmentar, e incluso hiper segmentar.
- ❑ Tendremos que comunicar con su lenguaje y en sus medios.





# Claves para Triunfar - ATRACCION

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



- Disminuyamos, el marketing de interrupción y dediquemos una parte de nuestro tiempo a **generar contenidos** para atraer a este nuevo cliente.
- **Hay que llegar al corazón del cliente**, y con postales y fotos bonitas no llegamos ni a su mente.
- Imposible que nos recuerden.





# Claves para Triunfar - FIDELIZACIÓN

- ❑ Consistencia a pesar de sus fidelización
- ❑ Esto se basa en la constancia.
- ❑ Debemos estar cerca del cliente siempre
- ❑ Proporcionando el mejor servicio siempre, y con la misma sonrisa, el mismo trato, la misma calidad... y al mismo precio.





¿Qué Necesitamos?



- "Marketing NO es el arte de encontrar vías inteligentes para lanzar nuestra oferta, Marketing es el arte de crear auténtico valor al cliente"
- - Philip Kotler



# CONFIANZA

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353



Lo único que no  
tiene garantía  
cuando se rompe,  
es la  
confianza.





# Hospitalidad

## Anfitriones



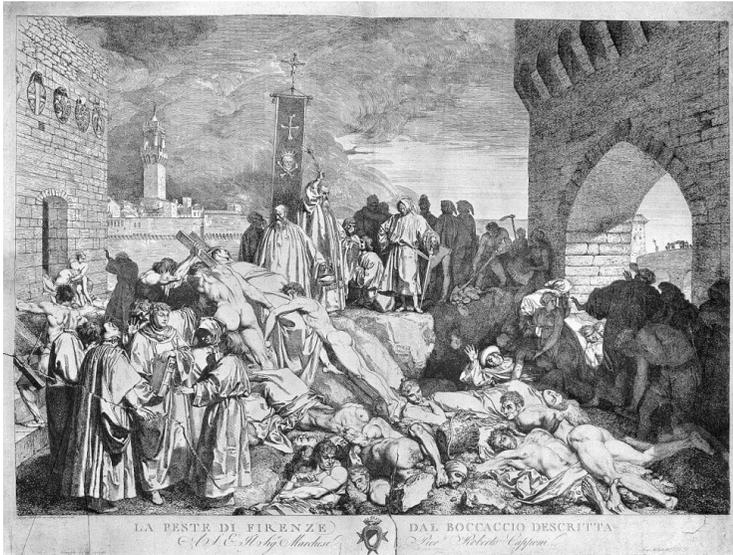
## Embajadores





# Lecciones del pasado

## Después de la Peste



## Llegó el Renacimiento



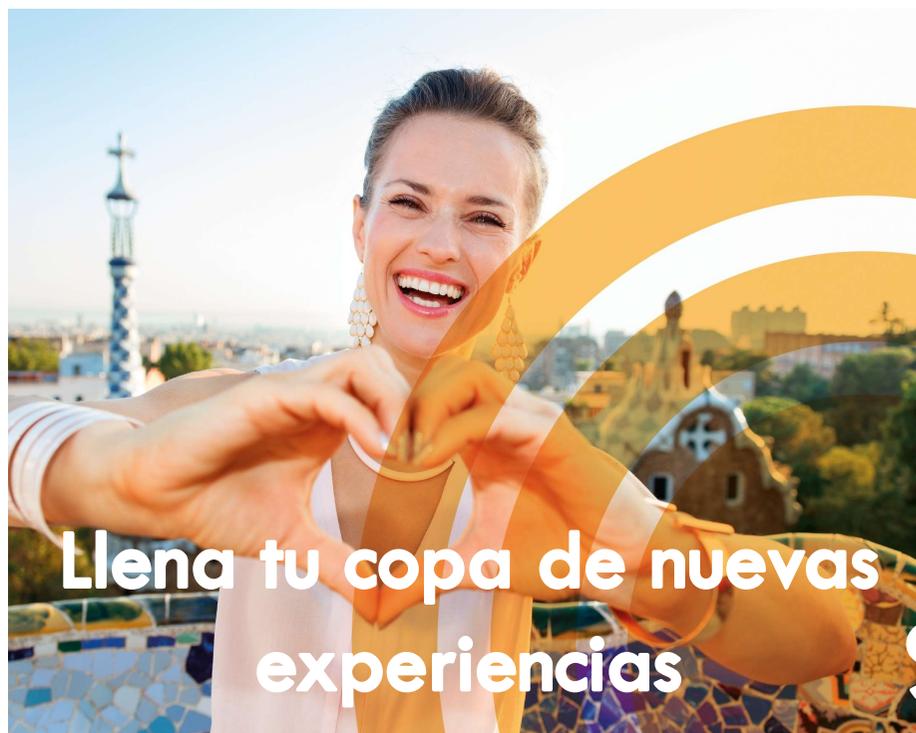
Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





  
**OCIO VITAL**

Experiencias Ocio Vital S.L. CIF B67407353





Ocio Vital es un proyecto de

**Experiencias Ocio Vital s.l.**

Tours, Tapas & Friends  
Pintor fortuny 10-14, local 3  
08001 Barcelona, Spain  
+34 93 317 19 09  
hola@ociovital.com

Licencia de Agencia de Viajes GC 1138  
Seguro de Responsabilidad Civil AXA91697



BIOSPHERE

Certified  
Company



### 3. Requeriments per a la Gestió del Risc

#### ANÀLISI EXHAUSTIU DEL PROCES DE PRESTACIÓ DEL SERVEI

Recepció

Acol·lida

Passeig per la vinya

Procés d'elaboració

Fermentació

Sala de botes

Embotellat

Zona expositiva interpretativa

Tast / wine bar

Venda d'arment

David Mera

Com reiniciar l'activitat enoturística?

63 visualizaciones • 18 may. 2020

0 0 COMPARTIR GUARDAR ...

Costa Brava Pirineu de Girona

- Siguiente REPRODUCCIÓN AUTOMÁTICA
- TURISME 360°**  
Programa de formació  
Costa Brava Pirineu de Girona  
83 visualizaciones • Hace 1 semana  
1:54:26
  - musica celta, Mantra**  
Removedor Energias Negativa...  
Musica Para  
Recommended for you  
Nuevo  
2:26:13
  - Recepció y atención al público**  
en la reapertura de...  
GVAturisme  
Recommended for you  
Nuevo  
2:06:44
  - Keeping the Lights on: Energy and Innovation in the Days...**  
IESE Business School  
Recommended for you  
Nuevo  
51:27
  - Chopin - Nocturne Full length - Stefan Askenase 1954 (쇼팽...**  
Galaxy of classic  
Recommended for you