vinetur

¿Tus vinos tienen ombligo?

lunes 26 de diciembre de 2022

ESCRITO POR CARMEN BENGOECHEA BERNAL



¿TUS VINOS TIENEN OMBLIGO?

www.carmenbengoecheabernal.com

¿Tus vinos tienen ombligo?

Cuando las personas hablamos muchas veces nos miramos a nuestro ombligo: sólo hablamos de lo que nos pasa, de nuestros planes, de nosotras, de nosotros...

El ombligo es el símbolo del centro del universo ¿cuántas veces has escuchado "no eres el ombligo del mundo?, ¿qué significa para ti esa frase?, ¿sabías que el ombligo es la única cicatriz que compartimos todos los seres humanos?

Y ahora mismo te estás preguntando: ¿qué tiene que ver el ombligo con los vinos? ¡TODO!

Si tienes una bodega, los vinos son tu ombligo.

Si amas los vinos, los vinos son el ombligo de tu gastronomía.

En España tenemos vinos de **calidad gastronómica** ASTRONóMICA pero desde hace un tiempo observo que la **calidad comunicativa** no está a la ALTURA, salvo excepciones, la comunicación de las bodegas se centra en su ombligo y no en el ombligo de quienes vamos a disfrutar de sus vinos. Cuando tu estrategia de comunicación se mira su ombligo, el disfrutón de vinos busca a otra bodega que le entienda.

Ejemplos de comunicación no muy acertada para el ombligo del cliente:

1. Bodega que en vez de hablar de "Nosotros" habla de otro tema. Desaprovecha una oportunidad para contar su historia, su pasión por el vino, su sueño y conexión entre su vida y la vid.

2. Bodega que en vez de hablar de los beneficios de beber sus vinos, describe las propiedades organolépticas.

Te propongo una clave: da un giro a tu comunicación e interésate más por lo que el cliente quiere sentir al beber tus vinos.

Hoy me gustaría compartir contigo varias ideas sobre la comunicación para aplicarlas en tu bodega.

1. ¿Para qué comunicas?

2. ¿Cuál es el propósito de tu comunicación?

3. ¿Cuál es tu mensaje?

4. ¿Tu comunicación es ética?

5. ¿Cómo planificas tu comunicación?

¿PARA QUÉ COMUNICAS?

La comunicación es una competencia filosófica
que sirve para propiciar acciones gracias a un mensaje creado por ti.

¿Cuál es el propósito de tu comunicación?

¿Cuáles son los objetivos de tu comunicación?



¿Cuál es tu mensaje?

¿Tu mensaje es coherente con tu propósito?

¿Tu comunicación cuida los principios propios y ajenos?

¿Cómo planificas tu comunicación?

¿Cómo creas tu comunicación?

www.carmenbengoecheabernal.com

¿CUÁL ES EL PROPÓSITO DE TU COMUNICACIÓN?

Tu propósito es el horizonte al que quieres llegar,
se alcanza con cada paso, es decir, los objetivos que te planteas mientras caminas.

¿Qué horizonte imaginas cuando comunicas?

¿Qué pasos das para comunicar?



¿Tus pasos son coherentes con tu propósito? ¿Por qué?

¿Tu tiempo y energía son suficientes para cada paso? ¿Por qué?

¿Qué razones formulas para alcanzar tu propósito?

¿Paras y miras lo avanzado y lo qué te falta? ¿Por qué?

¿Celebras cada paso? ¿Por qué?

www.carmenbengoecheabernal.com

¿CUÁL ES TU MENSAJE?

Tu mensaje es un regalo útil para ti cuando el otro lo incorpora en su vida.

¿Qué consigue quién recibe tu mensaje?

¿Cómo creas tu mensaje?



¿Qué quieres conseguir con tu mensaje?

¿Qué elementos componen tu mensaje?

¿Tu mensaje es reflejo de tus principios y valores?

¿Tu mensaje tiene valor, sentido y deleite? ¿Por qué?

¿Tu mensaje habla de ti o hablas para otro?

www.carmenbengoecheabernal.com

¿TU COMUNICACIÓN ES ÉTICA?

Tu comunicación es ética cuando cuida principios y valores.

¿Qué principios y valores comunicas?

¿Cómo creas tu comunicación ética?



¿Cuáles son los principios y valores ajenos?

¿Cómo identificas los principios y valores ajenos?

¿Qué haces cuando surge una encrucijada ética entre tu comunicación y la ajena?

¿Es útil la Ética en tu comunicación? ¿Por qué?

¿Priorizas los principios y valores ajenos a los tuyos en tu comunicación por conseguir una venta?

www.carmenbengoecheabernal.com

¿CÓMO PLANIFICAS TU COMUNICACIÓN?

Tu comunicación sin tiempo y sin espacio no existe para quien estás pensando.

¿Qué tiempo destinas para crear tu comunicación?

¿Cuánto tiempo dedicas a crear mensajes?

¿En qué espacios despliegas tu comunicación?



¿Qué funciones y tareas estableces para tu desarrollar tu comunicación?

¿Qué recursos utilizas en tu comunicación?

¿Anticipas las consecuencias de tu comunicación? ¿Por qué?

¿Defines tu estrategia, acciones y evaluaciones de tu comunicación? ¿Por qué?

www.carmenbengoecheabernal.com

Si el ombligo de tus vinos diálogo con los ombligos de tus clientes tal vez se enamoren...

¿Te atreves a cambiar la dirección del ombligo de tus vinos?

Un abrazo filosófico, Carmen Bengoechea Bernal

www.carmenbengoecheabernal.com