# ·Oda al Marketing Corporativo·

"Si volviera a ser Director de Marketing,
haría más investigación cualitativa
y menos cuantitativa.
Estaría más tiempo en la calle
y menos en la agencia.
Me haría más amigo de los de finanzas.
Usaría más Converse y menos corbata.

Me preocuparía más por el fondo
y menos por la forma.
Actuaría más y planearía menos.
Trataría de deleitar más a los clientes
y menos a los jefes. (Descubrí que deleitar
a los clientes termina deleitando a los jefes).

Daría más incentivos por rotación
y menos por colocación.
Conversaría más con los clientes insatisfechos
que con los satisfechos.
Aprendería más de marketing digital.
Contrataría un Community Manager in-house.

Si volviera a ser Director de Marketing,
le daría más argumentos a ventas
para sustentar el por qué somos más caros.
Invitaría clientes a los retiros espirituales
de planeación estratégica.
Confiaría más en la intuición.

Sería más humilde como marca, sabiendo que
el verdadero poder lo tiene el consumidor.
Invertiría más en mejorar la experiencia
y menos en elementos promocionales.
Otorgaría menos descuentos
y sustentaría más el valor.

Sería tan estricto en el control de la ejecución
como en el control del presupuesto.
Me guiaría más por las oportunidades en los
clientes, que por las acciones de la competencia.
Haría la comunicación publicitaria
más directa y menos creativa.

Daría tanta importancia a la construcción de relaciones
como al cumplimiento de la cuota.
Haría planes de mercadeo más simples.
Estaría más pendiente de los cumpleaños de los clientes.
Generaría más contenido para incrementar visibilidad.

Propondría más esparcimiento en la convención.
Me enfocaría más en buscar salidas que en explicar
caídas.
Sería menos tolerante con las fallas en el servicio.
Desafiaría más el status quo
y cruzaría la linea de lo predecible.

Pero ya ven, tengo 44 años…
Y nunca es tarde para aprender".

David Gómez
bienpensado.com/oda

