



Escaneando este código puedes obtener la versión digital del boletín Nuestro Mundo.



Juntos haremos que el cliente siempre regrese

“Hace rato que los clientes ya no nos eligen por el **qué** hacemos...sino que nos están empezando a elegir por el cómo lo hacemos, esto es precisamente el **servicio**”. Así empezó su charla Jonatan Loidi en la Escuela Anfitriones de Servicio. Reconoció que en Mi Mundo Santafé, tenemos la base fundamental para lograr la calidad de **servicio excepcional**, gran búsqueda de cualquier organización, y la cual se evidencia en nuestra **Promesa de Servicio**.

Desde la Administración hemos dado herramientas, a través del Plan de Formación, para entender que todos somos responsables del servicio y que con el compromiso grupal lograremos marcar la diferencia para los clientes. El Anfitrión, sea de marca o de la

administración del Mall (Seguridad, aseo, servicio, entretenimiento, mantenimiento, jardinería, personal de la administración) debe tener como objetivo hacer que el cliente quiera volver.

Contamos con insumos para asumir los retos que tenemos en esta nueva época: Planes de formación, comunicaciones y de reconocimientos; los resultados de las mediciones entregadas recientemente y los planes de acción para mejorar.

Estando alineados con nuestra Promesa de Servicio, **seguro lo lograremos**. Entonces manos a la obra, vamos por el mejor de los caminos. Solo debemos movernos dando pasos sincronizados, así haremos que el cliente quiera volver y practicarlo en el día a día para seguir siendo los **Mejores Anfitriones de Corazón**.

Pueden ver la charla en: <https://bit.ly/3DhJq6E>

María Fernanda Bertel Puyo
Gerente

CELEBRAMOS EL DÍA DE
LOS VENDEDORES



28 DE SEPTIEMBRE

Felicitaciones por hacer posible los sueños de todas las personas que vienen al Centro Comercial y en especial, por mantener empatía con lo que viven nuestros clientes.

Gracias por hacer real nuestra promesa de servicio y trabajar siempre con alegría, inteligencia y mucha pasión.

Ustedes hacen posible que vivamos la magia de las ventas.



MUNDO DE GENTE APASIONADA

Es vocación de servicio

Desde el 2015 iniciamos con la estrategia diferenciadora del Centro Comercial, **Escuela de Servicio: Anfitriones de Corazón**, con el objetivo de hacer que **nuestros clientes quieran regresar al Mall**. De allí viene el compromiso con una Promesa de Servicio que tiene tres componentes: Ser apasionados, sorprender y facilitarles la vida a nuestros clientes. En esta sección invitamos a tres de nuestros anfitriones para que nos cuenten **¿Cómo logran que se cumplan cada uno de estos componentes de la Promesa?**

Ser apasionados y que los clientes sientan que tenemos esa pasión por el servicio



Luz Dary Rivera C, Anfitriona de Aseo explica que: “Santafé es como mi segundo hogar, por eso soy anfitriona de mi mundo, espero a los clientes como la visita más anhelada del año, haciéndolos sentir que son importantes para nosotros. ¿Cuál es la clave? Ponernos en los zapatos del cliente e ir un paso delante de sus necesidades, saludar con alegría y despedirse amablemente. Presentarse con el nombre y mirar siempre a los ojos, usar los elementos de bioseguridad y agradecer cada visita. Entre todos podemos lograr que el cliente quiera regresar, haciendo que cada contacto sea mágico. En Santafé somos apasionados, somos Anfitriones de Corazón”.

Facilitarles la vida a nuestros clientes



Para Yohanna Palomino P., Anfitriona de Marca Valentina Bakery, “somos facilitadores de procesos, para ello nos adaptamos a las necesidades de cada cliente. Por eso somos claros en nuestras indicaciones.

Incluso acompañamos al cliente si podemos hacerlo. En Santafé facilitamos la vida, somos anfitriones de corazón”.

Sorprender



Juan Pablo Puerta, Anfitrión de Información indica: “Me gusta generar momentos únicos. Por eso pienso que cada contacto es una oportunidad para hacer que los clientes quieran regresar. Con nuestra manera de hablar

y de expresar con el cuerpo, les transmitimos que nos sentimos bien consintiéndolos. Mantenernos atentos a lo que pasa a nuestro alrededor nos ayudará a identificar las necesidades del cliente. Podemos sorprenderlos recordándoles bajar el ticket del estacionamiento para que puedan pagar. Si vemos a una persona con dificultades de movilidad, ofrecerle el servicio de carros eléctricos o sillas de ruedas. O si está perdido ayudarlo a encontrar lo que busca. Son pequeñas acciones que sumadas hacen que los clientes quieran regresar una y otra vez, y además nos recomienden”.



CONOCE MI MUNDO

Soy Santafé, programa de fidelización



Mundo Oro



Mundo Plata

Creado para reconocer, a través de dos categorías: Mundo Oro y Mundo Plata, a todos esos visitantes que más allá de ser nuestros clientes, son parte de la familia Santafé. Y por ende, merecen incentivos, beneficios y experiencias para hacer que su

estancia en el Mall siempre sea memorable. A la fecha hay 85 marcas vinculadas.

Mundo Oro incluye a los clientes que del 2019 y 2020 registraron mínimo 6 facturas por un monto igual o superior a 5 millones.

Y **Mundo Plata**, para quienes durante el mismo período registraron igual número de facturas por un monto entre 3 millones y 4.999.999.

Para conocer los beneficios de ambas categorías ingresa a:

<https://www.santafemedellin.com/pagina/programa-de-fidelizacion-soy-santafe>



ABC DE NUESTRA ESCUELA DE SERVICIO

Entre todos logramos un servicio excepcional, convirtiéndolo en una práctica diaria



Jonatan Loidi



Desde esta edición y por otras cuatro más, sintetizaremos las herramientas dadas por Jonatan Loidi en su formación de la Escuela de Servicio, realizada el pasado 26 de agosto de 8 a 10 a.m.

Conceptos nuevos, otros ya conocidos, siempre con la intención de llevarlos a la práctica a través de acciones concretas. Sin importar el rol que desempeñemos, hagamos conciencia de que todos brindamos servicio, para que quien esté del otro lado, nuestro cliente, lo perciba.

Como nos invitó Jonatan **“Salgan a crear magia en sus empresas”**.

Iremos desarrollando este contenido en las siguientes ediciones de Nuestro Mundo Santafé, por medio de los 7 secretos de la magia de Disney.

1 Storytelling o contar la historia de la marca y el papel de los estereotipos

2 La actitud se entrena

- 3 La innovación
- 4 Recuperar el servicio
- 5 Liderazgo y empoderamiento
- 6 Diseño de la experiencia
- 7 Recorrido de la experiencia

¿Y qué es Storytelling? Es contar la historia de la marca, porque a todos, sin importar la edad nos gusta que nos cuenten historias. Invitar a las personas no a nuestro local, sino a compartir una historia, sobre los productos o servicios que ofrecemos y que están asociados a la marca.

Jonatan, en su conferencia, hizo una comparación entre el teatro y lo que Disney propone, donde “todos somos actores y arriba en el escenario trabajamos en equipo. No hay uno más importante que otro. Si alguno de ellos se equivoca se arruina todo. El espectador se queda con la mala impresión”. Así sucede en cada lugar del Mall, todos cumplimos una labor clave para lograr ese resultado final que nos hemos propuesto: que el cliente regrese.

Cuando atendemos o servimos es como salir a escena. “Debemos entender la integración en el servicio y al salir a escena hay que atender el show, que cada uno sienta que entró a una obra de teatro”.

Ejercicio para ti: ¿qué tal si conversas con tus compañeros de este secreto de Disney y revisan cómo lograr que todos cumplan muy bien su “papel” y conozcan las responsabilidades de los demás, para apoyarse cuando sea necesario?



CUÉNTALE A TUS CLIENTES

• Que en mi **Mundo de Flores** se tuvieron para la venta 26.000 mil macetas con plantas. El dinero es para la Fundación Fan que lo usará en el programa Barriguitas Llenas, que garantiza alimentación a niños y niñas que ellos protegen, en las épocas de vacaciones.

• Que el **Sorteo de Tu viaje soñado** va hasta el 30 de septiembre. Prepárate para empacar maletas y disfrutar, porque tus facturas serán las encargadas de hacerlo realidad.

• Que tendremos de nuevo el **Mercadillo de Amor y Amistad** el 18 de septiembre. 46 stands que ofrecerán regalos, dulces, postres, joyería, flores y mucho más. En los pisos 1 y 2 de los sectores Poblado y Aguacatala.

• Que regresa **Mundo Dulce - La Casa del Árbol del 17 al 31 de septiembre**. Diversión para compartir en familia, saltar y disfrutar lo dulce de ser niño. #MundoDulce @santafemedellin

• Que en septiembre tendremos los **Toques musicales y conversatorio** para que te agendes.

Banda La Real
(Amor y amistad)

Sábado 18
5:00 p.m.
Piso 3 Balsos

Mauricio Zamora
Cantante y director

Viernes 24
6:00 p.m.
Piso 2 Poblado

Conversatorio
“La risa como terapia para transformar las tristezas en alegrías”

Martes 28
6:00 p.m.
Piso 1 Balsos



ASÍ PASÓ EN MI MUNDO EN IMÁGENES



BIENVENIDOS A MI MUNDO

Nuestro especial saludo de bienvenida a las marcas que llegan a Mi Mundo y nos permiten fortalecernos como territorio de Fe:

Locales

cachivaches

Disfraces y accesorios (Local temporal hasta el 31 de octubre). Local 2301, sector Balsos.



Pijamas. Encuéntralos en el Local 2092, sector Balsos.



Calzado unisex. Local 2017, sector Balsos.

Stand



FIEL A TU BELLEZA

Maquillaje. Stand piso 1, sector Lomas, frente a GMO.



Floristería. Stand piso 1, sector Poblado, diagonal a La Hora.



INFÓRMATE Y GANA

Luego de leer esta edición del boletín, cuéntenos cuáles son las categorías de nuestro Programa de Fidelización **Soy Santafé** y qué incluye cada una. Envíanos un mensaje con la respuesta a enterate@ccsantafemedellin.com hasta el 30 de septiembre.

Para los participantes que acierten sortearemos 2 bonos, uno entre las marcas y otro entre los Anfitriones (Administración y contratos: aseo, seguridad, estacionamiento, jardinería y entretenimiento), por valor de \$100.000 cada uno para disfrutar en el restaurante del Centro Comercial de su preferencia. La idea es que celebren con este premio el amor y la amistad.



C.CIAL.
SANTAFÉ
LOCAL 3206

¡ARMA TU COMBO!

OXFORD
a way to live



JEAN + POLO ó CAMISA
(HOMBRE / MUJER)



T-SHIRT ó BLUSA GRATIS

Promoción válida hasta el 30 de septiembre de 2021 / No es acumulable con otros descuentos ni promociones / Las imágenes son de referencia / Para efectos del producto comprado y obsequio aplican referencias seleccionadas / Aplica en la tienda online / El centro comercial no es el anunciante

