✅ Action Items

- [ ] **Desarrollar una estrategia de social media rápida.**
  Assignee: Luis, María Alejandra Caballero Mc Leod

- [ ] **Acelerar el proceso para obtener permisos gubernamentales relacionados con ventas.**
  Assignee: Pablo Esparza, Luis

- [ ] **Revisar el acceso administrativo de la página web**
  Assignee: Pablo Esparza

- [ ] **Implementar sistema automatizado para seguimiento de reservas**
  Assignee: Anabella

- [ ] **Crear base de datos de clientes**
  Assignee: Luis

- [ ] **Evaluar el uso de nuevas plataformas para promociones**
  Assignee: María Alejandra Caballero Mc Leod

- [ ] **Compartir enlace a perfil en redes sociales**
  Assignee: Pablo Esparza

- [ ] **Instalar aplicaciones de automatización y CRM**
  Assignee: Iván

- [ ] **Planificar contenido de marketing estratégico**
  Assignee: María Alejandra

- [ ] **Desarrollar una estrategia de Social Media**
  Assignee: Mariela

- [ ] **Crear una lista de contactos para perspectiva de ventas**
  Assignee: Iván

- [ ] **Enviar propuesta económica**
  Assignee: Luis
  Due: 2025-07-04

- [ ] **Revisar primeros pasos para avanzar**
  Assignee: Ivan Hincapie

✨ Meeting Notes

- **Introducción y preocupaciones sobre ventas (4:13 - 15:02)**
  - Se mencionó que hay proyectos en ventas lentas y se busca crear soluciones para mejorar la interacción y eficiencia.
  - Se discutió la importancia de empoderar la comunicación y presencia en redes sociales para mantener el interés en los proyectos.
  - Las ventas de propiedades están siendo afectadas por permisos gubernamentales y situaciones políticas.
- **Descripciones de proyectos actuales (16:26 - 23:13)**
  - Se mencionó un proyecto con 90 apartamentos casi vendidos pero con complicaciones de permisos gubernamentales.
  - Un proyecto de 700 unidades con ventas muy rápidas que ha tenido éxito en marketing.
  - Un edificio en Belmont con 70% de unidades vendidas a punto de ser terminado y se busca seguir vendiendo y mantener el interés de los compradores.

    - Un proyecto de lujo con 8 unidades que ha tenido problemas para vender debido a la competencia en el mercado.
- **Estrategia de social media (23:24 - 23:44)**
    - Se discutió la necesidad de contar con un diseño sólido en social media y potencialmente la producción de contenido como fotografía y video.
    - Se planteó si la persona encargada de redes sociales podría contribuir con contenido audiovisual.
- **Necesidades y estrategias de marketing (23:44 - 44:45)**
    - Luis menciona la necesidad de enfocarse en contenido de interés para promocionar.
    - Se discute la automatización de campañas de email marketing y la importancia de tener acceso completo a la página web.
    - Se menciona la importancia de segmentar el público para las campañas, especialmente en redes sociales.
- **Mercado y posicionamiento (44:45 - 45:27)**
    - No son para el turismo, es el mercado local.
    - Necesidad de mejorar la posición en el mercado.
    - Posibilidad de trabajar en conjunto como partners.
- **Digitalización y automatización (45:27 - 49:26)**
    - Necesidad de digitalizar el proceso de ventas.
    - Implementar un sistema de comunicación masiva.
    - Seguimiento a clientes después de la venta.
    - Registro de actividades y seguimientos en un sistema.
- **Marketing y estrategia (50:56 - 59:04)**
    - Mejorar el marketing de la compañía.
    - Comunicación aspiracional en las campañas.
    - Importancia de los contenidos estratégicos y no solo visuales.
- **Estrategia de Comunicación y Marketing (59:04 - 01:10:12)**
    - Importancia de las perspectivas aspiracionales en los proyectos.
    - Consideración de comunicación postventa y seguimiento al cliente.
    - Diferenciación en el mercado y la importancia de destacar beneficios para retener clientes.
    - Métricas relevantes a seguir: costo de adquisición por cliente, lifetime value y tasa de retención.
- **Propuesta y presupuesto (01:11:31 - 01:18:44)**
    - Luis expresó su interés en recibir una propuesta para entender la implicación de costos.
    - Pablo Esparza mencionó que la propuesta incluiría digital transformation y herramientas que podrían ser necesarias.
    - Se discutió sobre el presupuesto y la tarifa de trabajo, que varía entre mil y mil quinientos dólares.

- Se enfatizó la importancia de recibir feedback sobre el presupuesto y la urgencia de avanzar con la logística.