

Uno de los lemas internacionales que más ha dejado huella en mi vida fue el del periodo 97-98: "Nuestros socios, nuestro orgullo".

Es con esta frase como mejor puedo resumir la propuesta de Mercadotecnia para el próximo ejercicio 09-10, la cual se basa en la atención al socio, satisfaciendo sus necesidades como piedra angular de nuestra maravillosa organización, enfocándonos al cumplimiento de la misión de Toastmasters Internacional y una retención de membresía efectiva. Si tenemos socios satisfechos tendremos la mejor promoción, la recomendación, dando como resultado final un crecimiento real de membresía.

Estoy firmemente convencida de que en esta época de oportunidad, tenemos que evaluar los retos que se nos presentan; el cambio debe darse de adentro hacia fuera fortaleciendo las bases solidadas que vieron nacer y crecer a nuestro distrito: Sus socios.

La atención al socio, es la parte real de la oportunidad de servicio, las cifras cuentan pero la calidad también. Si nos enfocamos en números o en porcentajes podemos perder de vista el lado humano, no tenemos que olvidar la razón por la que cada uno de nosotros se inscribió a un club, más aun, la razón porque la que seguimos en uno. Cuando hacemos acciones ordinarias extraordinariamente bien, lo demás viene por añadidura.

Otro aspecto que el comité de mercadotecnia considera crucial es la retroalimentación, que exista una comunicación efectiva con toda la comunidad Toastmasters, que se sientan en confianza de expresar ideas, inquietudes, sugerencias y crítica constructiva en vías de mejorar. Recordemos que la membresía somos todos y para servir a un equipo hay que trabajar en equipo.

Cada uno de nosotros es la prueba fehaciente de lo que logra el programa educativo y la misión de Toastmasters Internacional, seamos líderes sirviendo a líderes, comunicadores entregados en hacer de la comunicación oral efectiva una realidad.

¡Compartamos Toastmasters!

Lucyna Vázquez Miranda DTM

Vicegobernadora de Mercadotecnia 09-10