THE - LIST STORY

TU MEJOR CATA PUEDE NO VENDER.

AGRADAR NO ES COMPRAR.

La satisfacción no cuenta
toda la historia de la venta.

LA COMPRA ENTRA ANTES QUE EL VISITANTE.

Estudio de 2025: 136 personas, siete regiones australianas. Las expectativas de compra fueron una señal relevante del gasto.

UNA EXPERIENCIA BIEN VALORADA NO EXPLICA TODO EL GASTO.

En el modelo de 2025, las expectativas de compra tuvieron más peso que la calificación general de la experiencia.

NO DISEÑES UNA CATA PARA TODOS.

01
Pregunta qué vino busca.

02
Ajusta el recorrido a su interés.

03
Mide compra, recomendación y regreso.

Propuesta de aplicación, no intervención probada.

¿DISEÑAS TU CATA PARA QUE
LA RECUERDEN O PARA QUE TE ELIJAN?

Conversemos · @LisGuissellaGutarraM