

COMUNICACIÓN DE MODA - EMPRENDEDORES

Qué es el mindful marketing y una entrevista a Valentina León

POR ALEJANDRA PINTOS | © 2018-08-01



La segunda edición de #DegustoCouture se viene recargada y uno de sus grandes atractivos va a ser la charla Plan + propósito – Mindful marketing por Valentina León (para saber de los otros talleres pueden [hacer click acá](#)). Recién llegada de Londres, Valentina va a condensar en 45 minutos distintas formas de liderar desde la energía, aprendiendo técnicas rápidas de **mindfulness** para aplicar en el plan de acción, todos los días.

Como nos da mucha curiosidad saber más sobre el mindfulness aplicado al Marketing y porque queremos que conozcan más de Valentina -que es súper talentosa- decidimos entrevistarla previo a su charla en #DegustoCouture.

¡Hola Valentina! Contale a nuestros lectores un poco más de tu formación.

Soy diseñadora de modas por profesión. Estudié en Montevideo en la Universidad ORT en la época en que, cuando te interesaba la moda, el diseño era tu única opción. Ya antes de recibirme me di cuenta de que dentro de la moda lo que me apasionaba era la comunicación, y decidí aplicar para continuar mis estudios en periodismo de moda. Las ganas de aprender se fusionaron con las de explorar nuevos horizontes y así embarqué hacia Inglaterra. El Master en Periodismo de Moda & Lifestyle de la UCA (University for the Creative Arts) me abrió el camino a lo que vino después.

¿Y dónde trabajaste?

Luego de una breve pasantía, tuve la suerte de entrar como escritora para el departamento de e-commerce en Net-A-Porter. Un sueño tan descabellado que ni sabía que lo tenía. ¿Trabajar en la empresa de moda de lujo número uno en el mundo? Me pellizqué por mucho tiempo. La experiencia fue en partes iguales enriquecedora, excitante y muy divertida. En mis dos años en los HQ de Londres aprendí los secretos del una vez dudado maridaje entre el e-commerce y la moda de lujo.

También descubrí la magia del poder femenino por primera vez.

Natalie Massenet, la fundadora, aún caminaba por los pasillos de la oficina de 400 personas en sandalias altas y faldas acampanadas. Natalie fundó la empresa desde la cocina de su casa, con un laptop sobre la falda y un pequeño préstamo del banco en el bolsillo. Luego de haber trabajado en moda a ritmos acelerados, quería pasar más tiempo con sus hijas pequeñas y eso la motivó a emprender. *Et voilà!* Natalie vendió su parte de la empresa en el 2015 por lo que se rumoreó fueron 45 millones de libras.

Inspirada por el emprendedurismo femenino y un tanto cansada de los excesos del lujo caprichoso, decidí dedicarme a ayudar a marcas independientes a encontrar su historia. Me tiré al agua y descubrí que la satisfacción de contar una historia y construir una comunidad alrededor de ella me llena más que cualquier otra cosa.

En los últimos tres años he trabajado con marcas independientes empoderadas que trabajan con propósitos fuertes, alineadas con el respeto por las personas y el planeta -entre ellas **Zarvich**-.

¿Cuándo y cómo te empezaste a interesar en el mindfulness en general?

Comenzó con el yoga. Mi vida se tornó un tanto agitada al verme como madre soltera cuando mi hijo Santino tenía dos años. Los malabares con un trabajo *full time* y los “*terrible twos*” (así se le llama a la etapa de los dos años cuando los niños están especialmente traviesos) eran agotadores y me costaba encontrar un momento de calma para recargar energías. Empecé a practicar yoga y ahí se abrieron las puertas hacia la introspección. El poder de chequearse a uno mismo y alinearse es transformador.



Valentina León. Foto: Gabriela Roullier.

¿Lo aplicás en tu vida?

¡Sí! Es una parte integral de mis días. Afecta desde la respiración hasta mi rutina matutina y mis decisiones a la hora de alimentarme. Si no me doy el tiempo para visualizar mi día en la mañana, siento que voy rebotando contra las paredes el resto de la jornada.

Se trata de estar en el momento y prepararse para lo que viene, ser proactivo en lugar de reactivo. El **mindfulness** puede ser tan simple como tomarse un minuto para respirar hondo antes de sentarse a comer o cerrar los ojos y chequear cómo nos sentimos antes de tomar una decisión importante. Tengo un cuaderno de gratitud donde escribo listas aleatorias de cosas por las que estoy agradecida, me ayuda a eliminar stress y poner las cosas en perspectiva. Lo que no me sirve, afuera.

¿Cómo surgió el aplicarlo al marketing? ¿De qué se trata el mindful marketing?

Después de haber trabajado en una corporación tan grande y entendido las presiones monetarias que se aplican sobre tantas decisiones en el rubro, me sentí un tanto repelida por el sistema. Mi naturaleza y situación personal me llevaron a buscar un formato de trabajo donde el tiempo corriera más lento.

Mindfulness es estar en el presente y ser consciente de nuestra intuición. Se trata de comunicar desde un lugar de entendimiento y humanidad en lugar de seguir formatos prefabricados de éxito.

Es identificar primero qué nos mueve, para poder trabajar desde un lugar de honestidad con nosotros mismos. Es tomarse el tiempo para conectar desde un lugar de transparencia y respeto con nuestra audiencia. Escuchar para generar acciones de marketing direccionadas y soluciones personalizables.

Los productos que tienen a las personas y el planeta en el centro de su identidad son el origen de esta nueva era del marketing considerado.

Este nuevo approach al marketing suena mucho más actual, ¿creés que las viejas enseñanzas del marketing quedaron obsoletas o desactualizadas?

Como toda disciplina, el marketing debe evolucionar para reflejar el estado de los tiempos. Hoy hay una vuelta hacia procesos más humanos, donde existe un propósito marcado y la audiencia se identifica con él. Poner a la persona y sus necesidades particulares en el centro de la estrategia, preguntar y escuchar es clave para identificar qué funciona y qué no, y así construir desde el conocimiento.



Valentina León. Foto: Gabriela Roullier.

Si tuvieras que darle un consejo a un emprendedor, ¿cuál sería?

Escuchá las primeras devoluciones cuando cuentes tu proyecto a pares o colegas. Prestá especial atención a los puntos que te marquen como negativos. Ese va a ser tu diferencial: enfocate en esos puntos. Algún me dio este consejo hace unos años y me gusta como enseñanza de ser fiel a nuestra propia intuición como agente de innovación.

¿Qué creés que esperan hoy en día los consumidores de las marcas?

Las nuevas generaciones están preocupadas por temas ambientales, políticos y sociales y respetan marcas con propósito. Cada vez más, se le atribuye más responsabilidad a las empresas y éstas deben responder. A los *millennials* o aquellos más jóvenes dentro de la generación Z no les basta con ver una marca asociada con una ONG – la responsabilidad social debe estar impregnada en el producto. Es el producto. Transparencia, educación, compromiso por causas comunes, respeto y autenticidad son valores que rankean en el top cinco de cualidades que generan lealtad de marca entre los consumidores actuales y los que vienen.

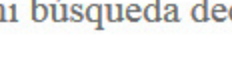
¿Cómo va a ser la charla de #DegustoCouture?

¡Divertida! Treinta emprendedores juntos en un espacio a hablar sobre cómo crear marcas con alma – y no morir en el intento-. Vamos a estar discutiendo cómo identificar nuestros puntos únicos diferenciales y diseñar estrategias de comunicación alineadas con nuestro propósito individual.

Hiciste un workshop sobre este tema en Londres, ¿tenés planes de hacerlo acá?

¡Sí! Estoy armando un *workshop* en Montevideo para octubre. Pueden seguirme en Instagram ([@valentinitaleon](#)) para ser parte del proceso y ayudarme a elegir horarios y temas de interés. También en mi feed: aventuras con mi hijo Santino, quejas sobre el uso del plástico en los supermercados y mi búsqueda dedicada de los mejores *coffee shops* en la ciudad.

El taller de mindful marketing es sin costo para personas con marcas o con proyectos desarrollados de marcas. Inscripción previa y más información: hola@miradacouture.com



ALEJANDRA PINTOS

