



COMERCIALIZACIÓN

Quiero vender más y mejor

OBJETIVOS

- Conocer y estar al día de las novedades en comercialización turística.
- Cómo vender y qué herramientas utilizar para incrementar mis ventas.
- Implicar a mi Organización en el proceso de comercialización

DIRIGIDO A

- Propietarios y Directores de empresas turísticas.
- Técnicos turísticos de entidades públicas con interés en el desarrollo de producto.
- Jefes de área y otros mandos de empresas públicas y privadas.
- Responsables de producto.

1. Venta turística

- a. ¿Promoción o comercialización?
- b. ¿Conozco el comportamiento del sector público y privado en relación

2. ¿Cómo Vendo?

- a. B2B
- b. B2C
- c. C2C
- d. H2H

3. ¿Qué vendo?

- a. Mis herramientas para crear producto vendible
- b. Las características de mi producto

4. Herramientas web para vender productos turísticos

PROGRAMA

- a. La BBDD: mina de oro
- b. Email marketing
- c. Mobile marketing
- d. RTB y Retargeting: persiguiendo al cliente

6. RRSS: ¿promoción o venta?

- a. Haciendo creíble nuestra promesa de marketing (storytelling)
- b. Redes sociales: meras herramientas de comunicación online
- c. Más allá de Facebook y Twitter: ¿puedo vender a través de de las RRSS?

6. Los gigantes de la comercialización turística: ¿amigos o enemigos?

7. Ventas internas

- a. ¿Todos mis empleados tienen que vender?
- b. ¿cómo incentivar las ventas internas?

8. Venta directa

- a. Volver al pasado
- b. ¿Me interesa la venta directa?

LO “+” DE ESTA FORMACIÓN

Sin duda hemos de destacar la practicidad de la formación, ya que a medida que se van adquiriendo los conocimientos teóricos, se van complementando con casos de éxito y con ejemplos que nos permiten verificar todo aquello que se está digiriendo en la sala. Además la metodología del curso nos permite realizar una práctica grupal con los conocimientos adquiridos.



COMERCIALIZACIÓN

Quiero crear experiencias. Inspirar para fidelizar

OBJETIVOS

- Ofrecer contenidos actuales vinculados al diseño y gestión de experiencias.
- Saber inspirar y fidelizar a nuestros clientes.
- Aportar una metodología clara y práctica para el diseño de productos turísticos experienciales.
- Conocer las tendencias del mercado y la tipología de clientes.

PROGRAMA

1. El proceso de consumo turístico y cómo influir en él
2. ¿Como persuadir a mis clientes?
3. ¿Cómo inspiro a mis clientes?
4. Nuevos momentos para crear experiencias
5. ¿Cómo diseñar productos turísticos y experiencias memorables? Matriz de creación de experiencias. Metodología para crear productos "Premium"
6. Tendencias
 - ¿Qué mercados destacan?
 - ¿Quiénes son los nuevos clientes?

DIRIGIDO A

- Técnicos, coordinadores y gerentes de destinos y establecimientos turísticos
- Personal responsable del área de marketing de establecimientos
- Inversores en actividades vinculadas al turismo (operadores, hoteleros, restauradores, guías), etc.

LO "+" DE ESTA FORMACIÓN

- La vertiente práctica prima sobre la teórica
- La posibilidad de crear productos reales para el destino o la empresa