

FICHA TÉCNICA

**Curso: Diseño y ejecución de acciones comerciales en alojamientos.
HOTA0308 - Recepción en alojamientos**

Horas: 60

Objetivos:

Analizar información del mercado turístico que permita estimar la situación, evolución y tendencias del sector de alojamientos.

Analizar los componentes de un plan de marketing, adecuándolos a una empresa de servicios turísticos.

Reconocer distintas estrategias de comunicación comercial adecuadas a empresas de servicios turísticos para su aplicación en el plan de marketing.

Reconocer las técnicas de venta, aplicando las adecuadas a diferentes tipos de usuarios de servicios de alojamiento y soportes de comunicación.

Dirigido a:

Recepcionista de hotel
Jefe de recepción
Conserje de hotel
Encargado de comunicaciones
Encargado de reservas
Jefe de reservas
Coordinador de calidad
Promotor turístico

Capacita para:

Para desarrollar con garantía las funciones que se realizan en los departamentos comerciales de empresas e instituciones turístico-hosteleras, tanto a nivel operativo como a nivel de jefatura.

Otros datos:

Quizás lo más interesante de este manual es su enfoque hacia la realidad.

Ofrece ejemplos y casos prácticos que ponen en contacto al alumno con el funcionamiento real de este mercado.

Su vocación de aplicación práctica inmediata de los contenidos facilita especialmente un

FICHA TÉCNICA

aprendizaje práctico y aplicable, sin grandes períodos de adaptación.
Puede servir, además, para dotar de enfoques realistas a la formación de directivos comerciales.

Contenido Formativo:

1. El mercado turístico nacional e internacional

- 1.1. Introducción
- 1.2. Diferenciación de los elementos componentes de la oferta y demanda turísticas nacionales e internacionales
- 1.3. Análisis cuantitativo y cualitativo del subsector turismo-hostelería
- 1.4. Análisis de la estructura del mercado del turismo y la hostelería. Principales mercados emisores y receptores
- 1.5. Especialidades del mercado turístico relativas a la actividad de alojamiento
- 1.6. Identificación de las principales fuentes de información turística
- 1.7. Resumen

2. Segmentación y tipología de la demanda turística

- 2.1. Introducción
- 2.2. Identificación y clasificación de las necesidades humanas
- 2.3. Las motivaciones-necesidades primarias y secundarias
- 2.4. Análisis del comportamiento de los consumidores o usuarios de servicios de naturaleza turística
- 2.5. Segmentación y perfiles de la demanda turística
- 2.6. Segmentos y nichos en la demanda turística
- 2.7. Tipología de la demanda en función del tipo de viaje
- 2.8. Los destinos turísticos frente a la demanda
- 2.9. Los hechos diferenciales
- 2.10. Los condicionantes económicos, políticos y sociales
- 2.11. Resumen

3. Aplicación del marketing en hostelería y turismo

- 3.1. Introducción
- 3.2. Manejo de los conceptos básicos de la economía de mercado
- 3.3. Determinación de los procedimientos para el estudio de mercados y su aplicación en hostelería y turismo
- 3.4. Verificación de la evolución de hábitos y procedimientos de transacción comercial
- 3.5. Análisis y argumentación de la evolución del concepto de marketing desde sus inicios. Marketing de servicios
- 3.6. Diferenciación de las variables o factores básicos propios del mercado y del marketing turístico
- 3.7. Plan de marketing
- 3.8. Resumen

FICHA TÉCNICA

4. Aplicación de plan de acción comercial

- 4.1. Introducción
- 4.2. CRM: Customer Relationship Management
- 4.3. Marketing tradicional versus marketing relacional
- 4.4. Vínculo entre el plan de marketing y el plan de acción comercial
- 4.5. La planificación de acciones comerciales
- 4.6. El plan de ventas: elaboración y control
- 4.7. Resumen

5. Aplicación de las técnicas de venta a las acciones comerciales y reservas en alojamientos

- 5.1. Introducción
- 5.2. Contacto inicial
- 5.3. El sondeo: cómo detectar las necesidades del cliente
- 5.4. La argumentación: cómo exponer los productos de forma efectiva
- 5.5. Las objeciones: cómo superar las resistencias del cliente
- 5.6. El cierre de la operación: cómo conseguir el compromiso del cliente
- 5.7. La venta personalizada
- 5.8. Aplicación de casos prácticos
- 5.9. Resumen

6. Aplicación de la negociación a las acciones comerciales y reservas en alojamientos

- 6.1. Introducción
- 6.2. Concepto de negociación
- 6.3. Análisis y preparación de la negociación
- 6.4. La rentabilidad de la negociación
- 6.5. El intercambio de información
- 6.6. El intercambio de concesiones y contrapartidas
- 6.7. El cierre de la negociación
- 6.8. Resumen