

CURSO ONLINE BONIFICADO

ACCIONES COMERCIALES Y RESERVAS

Curso bonificado por Fundación Tripartita y Seguridad Social. No supone ningún coste para empresa ni trabajador
Duración: 60 horas | Modalidad: online

Programa:

TEMA 1 LA COMUNICACIÓN APLICADA A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

La comunicación óptima en la atención al cliente

- Barreras que dificultan la comunicación.
- Comunicarse con eficacia en situaciones difíciles.
- El lenguaje verbal: palabras y expresiones a utilizar y a evitar.
- El lenguaje no verbal: expresión gestual, facial y vocal.
- Actitudes ante las situaciones difíciles:

[1] Autocontrol.

[1] Empatía.

[1] Asertividad.

- Ejercicios y casos prácticos.

Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales.

Resolución de problemas de comunicación.

Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.

TEMA 2 ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOSTELERÍA Y TURISMO

Clasificación de clientes.

- Tipologías de personalidad.
- Tipologías de actitudes.
- Acercamiento integrado.
- Tipologías de clientes difíciles y su tratamiento.

La atención personalizada.

- Servicio al cliente.
- Orientación al cliente.
- Armonizar y reconducir a los clientes en situaciones difíciles.

El tratamiento de situaciones difíciles.

- La nueva perspectiva de las quejas y reclamaciones.
- Cómo transformar situaciones de insatisfacción en el servicio en clientes satisfechos con la empresa.
- Tipología de reclamaciones.
- Actitud frente a las quejas o reclamaciones.
- Tratamiento de las reclamaciones.

La protección de consumidores y usuarios: Normativa aplicable en España y la Unión Europea.

TEMA 3 GESTIÓN DE RESERVAS DE HABITACIONES Y SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS

Introducción al departamento de recepción y definiciones básicas en turismo.

Tratamiento y análisis del estado de reservas.

- Reservas: Aceptación, confirmación, modificación y cancelación.

Procedimientos de recepción:

- Organización y funciones del departamento de recepción.
- Comunicación interior y exterior del departamento de recepción.
- Servicios telefónicos.
- Utilización de programas informáticos específicos de reservas.
- Emisión de informes o listados. La "rooming list".
- Legislación sobre reservas. La figura del "Overbooking".

TEMA 4 DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ACCIONES COMERCIALES EN ALOJAMIENTO

- El mercado turístico nacional e internacional.
- Diferenciación de los elementos componentes de la oferta y demanda turísticas nacionales e internacionales.
- Análisis cuantitativo y cualitativo del sector de la hostelería y el turismo.
- Análisis de la estructura de los mercados del turismo y la hostelería. Principales mercados emisores y receptores.
- Especialidades del mercado turístico relativo al subsector de alojamiento.
- Identificación de las principales fuentes de información turística.

TEMA 5 SEGMENTACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LA DEMANDA TURÍSTICA

- Identificación y clasificación de las necesidades humanas.
- Motivaciones primarias secundarias.
- Análisis del comportamiento de consumidores o usuarios en servicios de naturaleza turística.
- Segmentos y nichos en la demanda turística.
- Segmentación y perfiles de la demanda.
- Tipología de la demanda en función del tipo de viaje.
- Demanda de viajes organizados o paquetes turísticos
- Demanda de viajes semi-organizados e individuales
- Los destinos turísticos frente a la demanda
- Destinos asentados
- Destinos emergentes
- Los hechos diferenciales
- Los condicionantes económicos, políticos y sociales
- El factor precio en los productos turísticos
- Los factores macroeconómicos en las motivaciones turísticas
- Los factores socioculturales y demográficos en la demanda turística

TEMA 6 APLICACIÓN DEL MARKETING EN HOSTELERÍA Y TURISMO

- Manejo de los conceptos básicos de la economía de mercado.
- Determinación de los procedimientos para el estudio de mercados: análisis de las fuentes de información, métodos de investigación y su aplicación en hostelería y turismo.
- Verificación de la evolución de hábitos y procedimientos de transacción comercial.
- Análisis y argumentación de la evolución del concepto de marketing desde sus inicios.
- Marketing de servicios.
- Diferenciación de las variables o factores básicos propios del mercado y del marketing turístico.
- Plan de marketing:
- Elementos que lo constituyen
- Fases de elaboración
- Elaboración de un plan de comunicación / promoción

TEMA 7 APLICACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL

- CRM: Customer Relationship Management.
- Marketing tradicional versus marketing relacional.

Vínculo entre el Plan de marketing y el Plan de acción comercial.

- Traslado de objetivos de marketing a objetivos comerciales.
 - Método en cascada.
 - Acciones comerciales vinculadas con los objetivos de marketing.
- La Planificación de acciones comerciales.
- El plan de ventas: elaboración y control.

TEMA 8 APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE VENTA A LAS ACCIONES COMERCIALES Y RESERVAS EN ALOJAMIENTOS

Contacto inicial:

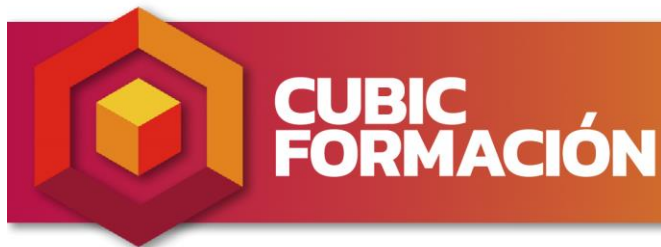
- Objetivos del contacto inicial.
- La importancia de las primeras impresiones.
- Cómo transmitir una imagen profesional.

El sondeo: cómo detectar las necesidades del cliente.

- Los diferentes tipos de clientes.
- Las motivaciones de compra.
- Enfoque de la venta según las motivaciones.

La argumentación: cómo exponer los productos de forma efectiva.

- Características, beneficios y argumentos de los productos/servicios.
- Argumentos en función de las motivaciones del cliente.



Si quieres información o inscribirte,
pincha aquí y déjanos tus datos
para que nos pongamos en contacto

www.cubicformacion.com