

C E R C I O N

Diseño y ejecución de acciones comerciales en alojamientos

Duración:

60 Horas

Modalidad:

Teleformación

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.

Contenidos:

1. El mercado turístico nacional e internacional

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

2. Segmentación y tipología de la demanda turística

- 2.1. Identificación y clasificación de las necesidades humanas
- 2.2. Motivaciones primarias secundarias
- 2.3. Análisis del comportamiento de consumidores o usuarios en servicios de naturaleza turística.
- 2.4. Segmentos y nichos en la demanda turística
- 2.5. Segmentación y perfiles de la demanda
- 2.6. Tipología de la demanda en función del tipo de viaje
 - 2.6.1. Demanda de viajes organizados o paquetes turísticos
 - 2.6.2. Demanda de viajes semi-organizados e individuales
- 2.7. Los destinos turísticos frente a la demanda
 - 2.7.1. Destinos asentados
 - 2.7.2. Destinos emergentes
- 2.8. Los hechos diferenciales
- 2.9. Los condicionantes económicos, políticos y sociales

C E R C I O N

2.9.1. El factor precio en los productos turísticos

2.9.2. Los factores macroeconómicos en las motivaciones turísticas

2.9.3. Los factores socioculturales y demográficos en la demanda turística

3. Aplicación del Marketing en hostelería y turismo

3.1. Manejo de los conceptos básicos de la economía de mercado.

3.2. 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

3.3. Verificación de la evolución de hábitos y procedimientos de transacción comercial.

3.4. Análisis y argumentación de la evolución del concepto de marketing desde sus inicios. Marketing de servicios

3.5. Diferenciación de las variables o factores básicos propios del mercado y del marketing turístico

3.6. Plan de marketing:

3.6.1. Elementos que lo constituyen

3.6.2. Fases de elaboración

3.6.3. Elaboración de un plan de comunicación / promoción

4. Aplicación del plan de acción comercial

4.1. CRM: Customer Relationship Management

4.2. Marketing tradicional versus marketing relacional

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

4.3.1. Traslado de objetivos de marketing a objetivos comerciales

4.3.2. Método en cascada

4.3.3. Acciones comerciales vinculadas con los objetivos de marketing

4.4. La Planificación de acciones comerciales

4.5. El plan de ventas: elaboración y control

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

5.1. Contacto inicial:

5.1.1. Objetivos del contacto inicial.

5.1.2. La importancia de las primeras impresiones.

5.1.3. Cómo transmitir una imagen profesional.

5.2. El sondeo: cómo detectar las necesidades del cliente.

5.2.1. Los diferentes tipos de clientes.

5.2.2. Las motivaciones de compra.

5.2.3. Enfoque de la venta según las motivaciones.

5.3. La argumentación: cómo exponer los productos de forma efectiva.

5.3.1. Características, beneficios y argumentos de los productos/servicios.

5.3.2. Argumentos en función de las motivaciones del cliente.

5.4. Las objeciones: cómo superar las resistencias del cliente.

5.4.1. Actitudes ante las objeciones.

5.4.2. El tratamiento de las objeciones.

5.4.3. Técnicas de superación de objeciones.

C E R C I O N

5.5. El cierre de la operación: cómo conseguir el compromiso del cliente.

5.5.1. Actitudes necesarias hacia el cierre.

5.5.2. Detección de oportunidades de cierre.

5.5.3. Tipos de cierres.

5.5.4. Técnicas de cierre en función de la situación y la tipología del cliente.

5.5.5. El compromiso con el cliente.

5.6. La venta personalizada.

5.6.1. Tipología de los clientes: atención personalizada.

5.6.2. Cómo adaptarse y complementar los comportamientos de los clientes.

5.6.3. El perfil de las personas de contacto.

5.6.4. El tratamiento de clientes difíciles.

5.7. Aplicación a casos prácticos.

5.7.1. Ejercicios y simulaciones de casos prácticos.

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

6.1. Concepto de negociación

6.1.1. Negociación por principios y negociación por concesiones.

6.1.2. Conflictos negociables y conflictos no negociables.

6.2. Análisis y preparación de la negociación.

6.2.1. Factores determinantes: Información, Tiempo y Poder.

6.2.2. Análisis de las influencias en la toma de decisiones.

6.3. La rentabilidad de la negociación.

6.3.1. El dilema precio – volumen.

6.3.2. Consecuencias de la concesión de descuentos

6.4. El intercambio de información.

6.4.1. La comunicación como herramienta negociadora.

6.4.2. Reforzar el poder de convicción: estructuración con argumentos.

6.5. El intercambio de concesiones y contrapartidas.

6.5.1. Las reglas de oro para negociar.

6.5.2. Cuadro de alternativas de opciones.

6.6. El cierre de la negociación.

6.6.1. Cómo y cuándo provocar el cierre.

6.6.2. Técnicas de cierre.

C E R C I O N

Metodología teleformación:

El curso se imparte bajo la modalidad de teleformación, cuya característica es que el proceso de aprendizaje se desarrolla a través de las tecnologías de la información y comunicación telemáticas, posibilitando la interactividad de alumnos, dinamizadores, tutores y recursos situados en distinto lugar.

Las principales características de esta modalidad son:

- **Accesibilidad y flexibilidad:** la plataforma y sus recursos son accesibles las 24 horas del día los 7 días de la semana, desde cualquier lugar, lo que supone un acceso al curso con independencia de la localización.
- **Uso de las tecnologías de la información y comunicación telemática:** implica que el material didáctico, los recursos que facilitan el aprendizaje, el seguimiento del curso y su control y evaluación están en la plataforma de teleformación.
- **Interactividad:** se produce un intercambio de conocimientos y experiencias profesionales sobre la materia entre los alumnos y el teleformador, y entre los alumnos a través de las herramientas de comunicación presentes en la plataforma de teleformación.
- **Autoestudio:** el material didáctico disponible en la plataforma está estructurado en módulos y/o unidades didácticas para facilitar el aprendizaje, pudiendo comprobar en todo momento tu progreso a través de la realización de ejercicios, casos prácticos y pruebas de evaluación que te ayudan a valorar el aprendizaje conseguido.
- **Interacción teórica/práctica:** la metodología utilizada permite el aprendizaje teórico y aplicabilidad práctica de los contenidos.

Los aspectos básicos de la metodología de teleformación son los siguientes:

El alumno recibe su alta en la plataforma de teleformación, con las fechas de inicio y fin y sus claves de acceso.

El centro de formación pone a tu disposición los siguientes recursos humanos:

- **Dinamizador:** que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- **Formador/tutor:** experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.

Puedes ponerte en contacto con ellos a través del foro y por mensajería.

El material didáctico del curso se encuentra en la plataforma de teleformación.

En la plataforma se incluye una sección donde se pone a disposición del alumno la ficha del curso, guía didáctica, los datos de la acción formativa y del centro de formación, la planificación didáctica, calendario de tutorías, sistema de evaluación del aprendizaje, asistencia técnica, etc. Además cuenta con un calendario donde se indican las fechas de inicio de y fin de curso, las fechas orientativas para realizar las pruebas de evaluación y ejercicios, convocatorias de chats etc.

En la plataforma de teleformación, se ponen a disposición del alumno recursos como foros, chat, calendario de eventos, ejercicios, novedades, etc., herramientas que favorecerán tanto la interacción entre el tutor- alumno y alumno- tutor, así como la aplicación práctica de los contenidos teóricos.

Dispondrás además de un manual de uso de la plataforma y de un servicio de asistencia técnica.

C E R C I O N

Organización del material del curso

El curso estructura sus contenidos teóricos según se describe a continuación:

- Contenido didáctico, organizado en Módulos y/o Unidades formativas.
- Glosario y/o bibliografía y/o biblioweb y/o documentación de referencia.

El curso estructura sus contenidos prácticos según los objetivos a alcanzar, pudiendo utilizar una o varias de estas opciones:

- Ejercicios y actividades interactivas, con contenidos prácticos, que además permiten comprobar el grado de comprensión de los mismos.
- Casos prácticos y/o situaciones prácticas y relacionadas con el ejercicio profesional planteados por el teleformador.
- Controles (pruebas de evaluación): herramienta a través de la cual se conoce el grado adquirido de conocimientos.

Recursos de la plataforma de formación:

Además de los contenidos teóricos y prácticos del curso, en la plataforma de teleformación se encuentran los siguientes servicios y recursos:

- Foros: en los que tanto el tutor y los alumnos, como los alumnos entre sí, plantean situaciones, debaten situaciones prácticas, aportan informaciones prácticas, resuelven casos, etc.
- Chats, en los que el tutor y los alumnos, a través de un contacto directo y on-line, abordan temas de interés, aportan experiencias, trabajan los contenidos en grupo, etc.
- Buzón, herramienta básica de conexión alumno-teleformador, y viceversa, para llevar a cabo tanto el servicio de tutoría ofrecido a los alumnos como la gestión de las dudas que planten éstos, tanto para la parte teórica como para la parte práctica.
- Área de Recursos adicionales: donde tutores y alumnos pueden editar información relativa al curso.
- FAQ's: donde se obtiene información sobre las preguntas más frecuentes.
- Informe de progreso: a través del cual se pueden consultar el avance del curso, los resultados de la evaluación de los ejercicios y pruebas de evaluación y así como su nota media.
- Tutor: experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.
- Dinamizador: que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- Asistencia técnica: responsable de dar soporte informático al alumno, como pueden ser la instalación de programas, solución de problemas de configuración, etc. Su acceso se encuentra en la página de inicio.

C E R C I O N

Evaluación de la formación

La herramienta que se utiliza para evaluar, y a su vez seguir y controlar tu proceso formativo, son los controles que deberán ser realizados en la plataforma, según la programación indicada.

Cuando realizas las pruebas de evaluación, con carácter inmediato podrás ver si tus respuestas son correctas y tu calificación, permitiéndote conocer el grado de éxito alcanzado.

La calificación obtenida en los controles se expresará atendiendo a la siguiente valoración basada en el número de respuestas correctas:

CALIFICACIÓN (APTO):

EXCELENTE 10 ó 9.

BIEN 8 ó 7

ACEPTABLE 6 ó 5

CALIFICACIÓN (NO APTO): 4 o menos.

Evaluación de la calidad de la formación

Con el objeto de evaluar la calidad de la formación, se pone a disposición del alumno de un cuestionario de Evaluación de la calidad que se cumplimentará de forma anónima y voluntaria.

Diploma:

A la finalización del curso se entrega un diploma de realización y/o aprovechamiento del mismo.

El curso se desarrolla en la modalidad de teleformación por lo que es necesario que el estudio del material didáctico se realice a través de esta vía.

Requisitos para la superación del curso, calificación de apto:

- Conexión regular a la plataforma
- Lectura y estudio de los contenidos (material didáctico)
- Realización del 100% de las pruebas de evaluación.

Requisitos para que la formación pueda ser bonificable:

Si tu empresa va a bonificar la formación, los requisitos son los que detallamos a continuación:

- **Conexión a la plataforma del 75% de las horas de duración del curso (la plataforma dispone de un reloj que contabilizará tu tiempo de conexión).**
- **Haber estudiado todo el material didáctico.**
- **Haber realizado el 100% de las pruebas de evaluación.**
- **Descargar las guías del alumno y el cuestionario de satisfacción.**
- **Poner un mensaje de debate sobre un tema de interés relacionado con la temática del curso en el foro general del curso.**
- **Realizar los ejercicios indicados por el tutor o dinamizador.**
- **Participar al menos una vez en el chat o en las actividades que proponga el tutor.**