

Comercialización de eventos

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Hostelería y turismo

OBJETIVOS

Definir y posicionar ofertas de eventos que contemplen distintos segmentos de mercado y sus necesidades específicas teniendo en cuenta ventajas competitivas e identificando las vías de comercialización más adecuadas.

CONTENIDOS

UD1. Comercialización de la Oferta de Gestión de Eventos.

- 1.1. La oferta de los destinos especializados.
- 1.2. Vías y fórmulas de comercialización.
- 1.3. La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen.
- 1.4. Público objetivo.
- 1.5. Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
- 1.6. Técnicas y estrategias de fidelización.
- 1.7. Acciones y soportes promocionales.
- 1.8. La oferta específica: características y presentación.
- 1.9. Fuentes de información sobre eventos.

UD2. Comunicación Atención al Cliente y Técnicas de Venta y Negociación en la Gestión de Eventos.

- 2.1. La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
- 2.2. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
- 2.3. Tipología de clientes.
- 2.4. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.
- 2.5. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.
- 2.6. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.
- 2.7. Tratamiento de reclamaciones quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos.

Normativa.

2.8. Normas deontológicas de conducta y de imagen personal.