ACCIONES COMERCIALES Y RESERVAS

ACCIONES COMERCIALES Y RESERVAS

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2024

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2024

Bolsa de empleo:

El alumno en desemple puede incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas. Le pondremos en contacto con nuestras empresas colaboradoras en todo el territorio nacional

Comunidad:

Participa de nuestra comunidad y disfruta de muchas ventajas: descuentos, becas, promociones,etc....

Formas de pago:

-Mediante transferencia
-Por cargo bancario
-Mediante tarjeta
-Por Pay pal
-Consulta nuestras facilidades de pago y la posibilidad de fraccionar tus pagos sin intereses

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

© icaformación2024

Programa del curso:

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:

Autocontrol.

Empatía.

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.

© icaformación2024

- 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.

© icaformación2024

- 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.

© icaformación2024

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.

© icaformación2024

- 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.

© icaformación2024

- 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.

© icaformación2024