

OBJETIVOS ACCIONES COMERCIALES Y RESERVAS

- Introducir al alumno a los servicios del departamento de recepción.
- Conocer las definiciones básicas en turismo, la oferta y demanda del mercado, analizar la estructura del sector y cuáles son los principales mercados emisores.
- Saber analizar el estado de una reserva y conocer los procedimientos de recepción.
- Dominio de la comunicación interior y exterior, uso del teléfono, mailing, informes “rooming list”.
- Utilización de programas informáticos específicos de reservas.
- Conocer la legislación sobre reservas. La figura del “Overbooking”.
- Introducción a la teoría económica turística: Análisis DAFO y segmentación del mercado.
- Identificación de los tipos de clientes según sus necesidades, tipos de destinos turísticos.
- Conocer los productos turísticos que existen en la actualidad.
- Introducción al marketing turístico. Teoría y práctica.
- Conocer cómo se lleva a cabo un plan de acción comercial.
- En qué consiste el CRM y cómo realizar un plan de ventas.
- Técnicas de venta aplicadas al mundo de la hostelería.
- Saber preguntar y encontrar la información necesaria.
- Dominio de la argumentación.