

Gestión y venta de servicios turísticos en agencias de viaje



Destinatarios:

- Personas interesadas en especializarse profesionalmente en la venta de paquetes de promociones turísticas.
- Personas que requieran de formación especializada en materia de técnicas eficaces de ventas de promociones turísticas, negociación, atención y orientación al cliente.
- Personas que requieran de formación específica en estrategias y técnicas para mejorar sus habilidades relacionales para la venta de promociones turísticas.

Objetivos:

- Conocer y practicar las técnicas más eficaces para cerrar las ventas de forma satisfactoria, centrándose en los aspectos que más preocupan a los clientes, aprendiendo cómo reconocer las señales de compra, examinado el tratamiento de objeciones y cómo realizar el seguimiento de los clientes.
- Ofrecer una visión general sobre el turismo, la gestión de productos turísticos, el uso de las TIC en turismo y de nuevos modelos emergentes como el ecoturismo o turismo sostenible.
- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas adecuados para desarrollar una estrategia eficaz de ventas, mediante la investigación de las condiciones del mercado turístico, la estrategia de consulta y la planificación de soluciones a las necesidades de los clientes.
- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que supongan la adquisición de competencias relevantes en el turismo.
- Inculcar en los participantes la importancia de la comunicación interna y las relaciones interpersonales en las modernas organizaciones.

Duración:

300 horas

Modalidad:

Teleformación



MÓDULO 1: Planificación de la acción comercial

(17 horas)

1. Normas básicas de la planificación comercial.
2. El servicio o venta global.
3. Benchmarking. Matriz DAFO.
4. Metodología de la planificación.

MÓDULO 2: Técnicas de venta

(39 horas)

1. Introducción a la venta.
2. Observaciones finales.
3. La fase de preparación.
4. La fase de contacto.
5. La fase de información.
6. La fase de argumentación.
7. La fase de cierre.
8. La venta consultiva.

MÓDULO 3: Negociación

(41 horas)

1. El porqué de la negociación.
2. Qué negociar.
3. Cómo negociar.
4. El método Thomas Kilmann.
5. La preparación de la negociación.
6. Fases y tácticas de la negociación.

MÓDULO 4: Atención y orientación al cliente

(59 horas)

1. La atención al cliente como ventaja competitiva.
2. El proceso de atención al cliente.
3. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
4. El impacto en la imagen de nuestra empresa.
5. La comunicación.
6. Herramientas de comunicación oral.
7. Secuencia de una eficaz relación con los clientes.
8. Situaciones difíciles con los clientes.
9. Necesidad de una nueva concepción.
10. Nuevo enfoque de orientación al cliente.
11. Enfoque de empresa orientada al cliente.
12. Aportación personal en una empresa orientada al cliente.

MÓDULO 5: Comunicación interpersonal

(25 horas)

1. Relaciones interpersonales.
2. Escribir con eficacia.
3. Comunicación en la era digital.

MÓDULO 6: Introducción al turismo

(9 horas)

1. Definición de turismo y turista.
2. El turismo como fenómeno.
3. Breve historia del turismo.
4. Gestión de los servicios turístico
5. El servicio turístico, calidad.



MÓDULO 7: Destinos turísticos

[19 horas]

1. Definición.
2. Tipos de turismo.
3. Clasificación según el tipo de turismo.
4. La duración del viaje.
5. La capacidad económica.
6. El lugar al que se viaja.
7. La motivación.
8. Destinos turísticos. Conceptos.
9. El marketing y los destinos turísticos.
10. Clasificación.

MÓDULO 8: Servicios turísticos

[19 horas]

1. Servicios turísticos.
2. Empresas turísticas.

MÓDULO 9: Gestión de alojamientos turísticos

[24 horas]

1. Definición.
2. Legislación.
3. Características.
4. Normativa y clasificación de alojamientos.

MÓDULO 10: Ecoturismo o turismo sostenible

[19 horas]

1. Definición.
2. Conceptos básicos.
3. ¿Cuándo y por qué surge el ecoturismo?
4. Repercusión internacional.
5. Actividad turística.
6. Educación ecoturismo.

MÓDULO 11: TIC en turismo

[29 horas]

1. Definición.
2. Historia de las TIC aplicadas al turismo.
3. Internet y el turismo.
4. Portales.
5. Web 2.0 = turismo 2.0.
6. Cartografías y mundos virtuales.
7. Experiencia en el desarrollo de productos TIC en el mercado.
8. Ejemplos de empresas que utilizan las TIC.