



La mejor formación a tu alcance.

Asesoramiento, Venta y Comercialización de Productos y Servicios Turísticos

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

- Analizar la distribución turística y las entidades y medios que la configuran, estimando su evolución e incidencia de las nuevas tecnologías.
- Analizar las relaciones comerciales, operativas y contractuales de las agencias de viajes y tour-operadores con los diferentes proveedores de servicios turísticos.
- Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.
 - Desarrollar los procesos de ventas y reservas de transportes, viajes combinados, excursiones y traslados, y aplicar los procedimientos establecidos.
 - Desarrollar acciones promocionales aplicables en agencias de viajes y describir y aplicar técnicas de promoción de ventas y de negociación, estimando su importancia para el logro de los objetivos empresariales.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Concepto de distribución de servicios.

Características diferenciales de la distribución turística.

Intermediarios turísticos.

Procesos de distribución de los diferentes servicios y productos turísticos.

Las agencias de viajes.

Funciones que realizan.

La mejor formación a tu alcance.

Tipos de agencias de viajes.

Estructuras organizativas de las distintas agencias de viajes.

Normativas y reglamentos reguladores de la actividad de las agencias de viajes.

La ley de Viajes Combinados.

Las centrales de reservas.

Tipos y características

Análisis de la distribución turística en el mercado nacional e internacional.

Análisis de las motivaciones turísticas y de los productos turísticos derivado.

Las centrales de reservas. Tipos y características. Los sistemas globales de distribución o GDS.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA DE ALOJAMIENTO

Relaciones entre las empresas de alojamiento y las agencias de viajes:

Los códigos de prácticas de la AIHR (Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes) y de la FUAHV (Federación Universal de Agencias de Viajes).

Acuerdos y contratos.

Tipos de retribución en la venta de alojamiento

Fuentes informativas de la oferta de alojamiento: Identificación y uso.

Reservas directas e indirectas.

Configuraciones del canal en la venta de alojamiento.

Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.

Bonos de alojamiento: Tipos y características.

Principales proveedores de alojamiento: Cadenas hoteleras y centrales de reservas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA VENTA DE TRANSPORTE

El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes aéreos. Tarifas: tipos.

Fuentes informativas del transporte aéreo regular.

El transporte aéreo charter. Compañías aéreas charter y brokers aéreos. Tipos de operaciones charter.

Relaciones. Tarifas.

El transporte por carretera regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte por carretera.

El transporte marítimo regular. Principales compañías. Relaciones con las agencias de viajes y tour-operadores. Tipos de viajes. Tarifas: tipos. Fuentes informativas del transporte marítimo regular.

El transporte marítimo charter. Compañías marítimas charter. Relaciones. Tarifas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA VENTA DE VIAJES COMBINADOS

La mejor formación a tu alcance.

El producto turístico integrado.
Tipos de viajes combinados.
Los cruceros.
Tendencias del mercado.
Relaciones entre tour-operadores y agencias de viajes minoristas.
Términos de retribución.
Manejo de programas y folletos.
Procedimientos de reservas.
Emisión de bonos y formalización de contratos de viajes combinados.
Principales tour-operadores nacionales e internacionales.
Grupos turísticos y procesos de integración.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS VENTAS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

La venta de autos de alquiler.
Tarifas y bonos.
La venta de seguros de viaje y contratos de asistencia en viaje.
La venta de excursiones.
Información sobre requisitos a los viajeros internacionales.
Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
Aplicación de cargos por gestión

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MARKETING Y LA PROMOCIÓN DE VENTAS EN LAS ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Concepto de Marketing.
El ¿Marketing? de servicios.
Especificidades.
Segmentación del mercado.
El ¿mercado objetivo?.
El Marketing Mix.
Elementos.
Estrategias.
Políticas y directrices de marketing.
El Plan de Marketing.
Características.
Fases de la de marketing.
Planificación de medios.
Elaboración del plan

La mejor formación a tu alcance.

Marketing directo.

Técnicas.

Argumentarios.

Planes de promoción de ventas.

La promoción de ventas en las agencias de viajes.

La figura del promotor de ventas y su cometido.

Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas.

Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales.

Normativa legal sobre bases de datos personales.

Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas.

Decisores y prescriptores.

El merchandising.

Elementos de merchandising propios de la distribución turística.

Utilización del merchandising en las agencias de viajes.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INTERNET COMO CANAL DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Las agencias de viajes virtuales:

Evolución y características de la distribución turística en Internet.

El dominio de la demanda.

Estructura y funcionamiento.

La venta en el último minuto.

Las relaciones comerciales a través de Internet: (B2B, B2C, B2A)

Utilidades de los sistemas online:

Navegadores: Uso de los principales navegadores.

Correo electrónico, Mensajería instantánea.

Teletrabajo.

Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con los turistas on line.

Modelos de distribución turística a través de Internet.

Ventajas.

Tipos.

Eficiencia y eficacia.

Servidores online

Coste y rentabilidad de la distribución turística on-line

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PÁGINAS WEB DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y PORTALES TURÍSTICOS

El internauta como turista potencial y real.

La mejor formación a tu alcance.

Criterios comerciales en el diseño comercial de sitios de distribución turística

Medios de pago en Internet:

Conflictos y reclamaciones on line de clientes



FOESCO
FORMACIÓN ESTATAL CONTINUA

Telf.: 910 323 794
cursos@foesco.com

