



Comercialización de eventos

Sku: UF0076_V2

Horas: 30

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

Tema 1. 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

Tema 2. 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