

COMERCIALIZACIÓ D'ESDEVENIMENTS

Objectius

Definir i posicionar ofertes d'esdeveniments que contemplen diferents segments de marcat i les seves necessitats específiques, atenent als avantatges competitiu i identificant-ne les vies de comercialització més adequades.

A qui s'adreça?

Aquesta acció formativa s'adreça a persones que estiguin interessades a adquirir coneixements sobre el tracte amb els clients en l'àmbit de la gestió d'esdeveniments, així com en la seva comercialització.

Requisits

Es recomana tenir coneixements bàsics d'ús de navegadors web (nivell d'usuari).

Unitats temàtiques

Unitat 1. Comercialització de l'oferta de gestió d'esdeveniments

1. L'oferta de les destinacions especialitzades.
2. Vies i fórmules de comercialització.
3. L'oferta dels organitzadors d'esdeveniments. Marca corporativa i imatge.
4. Públic objectiu.
5. Canals de distribució. Suports. Estratègies de distribució.
6. Tècniques i estratègies de fidelització.
7. Accions i suports promocionals.
8. L'oferta específica: característiques i presentació.
9. Fonts d'informació sobre esdeveniments.

Unitat 2. Comunicació, atenció al client, tècniques de venda i negociació en la gestió d'esdeveniments.

1. La comunicació interpersonal. Processos. Barreres. Saber escoltar i demanar. La comunicació no-verbal. La comunicació telefònica.
2. Necessitats humanes i motivació. El procés de presa de decisions. Les expectatives dels clients.
3. Tipus de clients.
4. L'atenció al client. Actitud positiva i actitud proactiva. L'empatia. Els esforços discrecionals.
5. Els processos de venda. Fases de la venda i tècniques aplicables. La venda telefònica.
6. La negociació. Elements bàsics. La planificació de la negociació. Estratègies i tècniques.
7. Tractament de reclamacions, queixes i situacions conflictives. Procediments. Normativa.
8. Normes deontològiques de conducta i imatge personal.

COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

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.

¿A quién va dirigido?

Esta acción formativa va dirigida a personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre el trato con los clientes en el ámbito de la gestión de eventos, así como en su comercialización.

Requisitos

Se recomienda tener conocimientos básicos de uso de navegadores web (nivel de usuario).

Unidades temáticas

Unidad 1. Comercialización de la Oferta de Gestión de Eventos.

1. La oferta de los destinos especializados.
2. Vías y fórmulas de comercialización.
3. La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen.
4. Público objetivo.
5. Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
6. Técnicas y estrategias de fidelización.
7. Acciones y soportes promocionales.
8. La oferta específica: características y presentación.
9. Fuentes de información sobre eventos.

Unidad 2. Comunicación Atención al Cliente y Técnicas de Venta y Negociación en la Gestión de Eventos.

1. La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
2. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
3. Tipología de clientes.
4. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.
5. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.
6. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.
7. Tratamiento de reclamaciones quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa.
8. Normas deontológicas de conducta y de imagen personal.