sigue avanzando
CON LOS CURSOS DE LA
URV

Curso

Revenue management y marketing digital

3a edición

Fórmate en Revenue Management, una técnica de gestión de herramientas para maximizar y rentabilizar los ingresos en el sector turístico: hoteles, cámpings, campos de golf, restaurantes... El objetivo final es rentabilizar al máximo una capacidad limitada con un inventario perecedero, analizando todas las partes que componen la venta: el producto, el cliente, elmomento de la demanda, los competidores, los canales de distribución y el precio. A través del análisis de estos datos y la utilización de herramientas, podremos tomar decisiones estratégicas y tácticas con éxito. Sumado a las estrategias de marketing digital que mejoran el posicionamiento y generan demanda.

Dirigido a

- Directores comerciales
- Comerciales
- Directores de marketing
- Directores de alojamiento
- Jefes de recepción y recepcionistas
- Personal de reservas
- Directores de Restaurante, campings, alojamientos turísticos, campos de golf, centros de ocio
- Estudiantes de Turismo

Coordinación y docencia

- Lourdes Bujalance López

Docentes

- David Vázquez Rodríguez (Mirai)
- Anna Mora Marqués (Beonprice)
- Marc Santín Castán (Mirai)
- Sandra Cuspinera Soplon (Hotelsdot)

Precio

475 €

Este curso cumple los requisitos para ser bonificado mediante la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, FUNDAE.

LUGAR
Facultad de Turismo y Geografía
C. de Joanot Martorell, 15, 43480 Vila-seca, Tarragona

IDIOMA
Catalán/Español

DURACIÓN
2 meses / 50 horas
del 14/10/2022 al 16/12/2022

HORARIO
Semipresencial
Viernes de 17 a 20 h

¿QUÉ OPINAN NUESTROS ALUMNOS?

SANDRA PLANA
Responsable Booking Center & Connectivity - Port Aventura

Inmersión de contenidos prácticos y actuales, aplicables a la estrategia de negocio, apoyados por docentes y profesionales experimentados en el sector del turismo que aportan visión y conocimientos.

En mi caso, ha sido un curso muy provechoso, del que he sacado ideas, acciones y estrategias a aplicar en la realidad. Una realidad cambiante constantemente y con necesidad de una especialización en el Revenue.

SONIA BALCELLS
Directora Comercial - Grupo Blaumar

ANA MARCOS
Coordinadora de Reservas & Revenue. Estival Group Hotels & Resorts

Para mí, el curso de Revenue ha sido súper fructífero y me ha permitido trabajar con más seguridad en la toma de decisiones diarias. ¡¡Me lo he pasado tan bien que volvería a repetir!!

Un curso ameno en el que hemos aprendido mucho, con ponencias muy interesantes. Lo recomiendo por ser de gran ayuda en nuestra operativa.

CRISTINA RUIZ
Especialista Booking - Central de Reservas - Port Aventura

PROGRAMA

Módulo 1
INTRODUCCIÓN AL REVENUE MANAGEMENT, TOTAL REVENUE Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO

1. Características de los negocios donde se puede aplicar

2. Análisis del producto y promesa de marca
- Listado de productos a la venta
- Análisis DAFO
- Diseño y venta del producto
- Libro de marca
- Aplicación de marketing a la marca

3. Total Revenue
- Upselling
- Crosselling - venta cruzada
- Áreas de alimentos y bebidas, spa & wellness, alquiler de salas, acontecimientos

4. Indicadores

Módulo 2
ANÁLISIS DEL CLIENTE Y SEGMENTACIÓN

1. ¿Quién paga qué precio?
- Upselling
- Necesidades y deseos de cada segmento
- Optimización del precio
- Precios variables y precios dinámicos
- Errores comunes a evitar

2. Contribución y rentabilidad de cada segmento

Módulo 3
ANÁLISIS DE LA ANTELACIÓN DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES DE FUTURO (FORECASTING)

1. Elasticidad de la demanda y maximización de inventario
- Control de la demanda en temporada alta
- Estimulación de la demanda en temporada baja
- Generadores de demanda

2. Proyecciones de futuro
- ROH y pick ups
- Curva demanda

3. Gestión de cancelaciones

4. Gestión de overbooking

5. Gestión de grupos. Cálculos de desplazamiento

Módulo 4
ESTRATEGIAS DE PRECIO

1. Sensibilidad al precio y decisiones sobre precios

2. Scoring y contribución de cada tarifa. Control de inventario

3. Paridad de precios

Módulo 5
ANÁLISIS SET COMPETITIVO

1. Definición del set competitivo por segmento

2. Ranking

3. Análisis DAFO

4. Estrategias de posicionamiento y venta

5. Penetración en el mercado y cuota de mercado. Benchmarking

6. Indicadores

Módulo 6
CANALES DE DISTRIBUCIÓN, ESCAPARATES Y VENTA DIRECTA

1. Distribución hotelera. Comercialización
- Canals: tour operación, otas, gds. Grado de dependencia
- Escaparates y metabuscadores
- Contribución y scoring. Rentabilidad de cada canal
- Mix óptimo

2. Venta directa

3. Control de nuestro cliente. Procesos de fidelización

Módulo 7
MARKETING DIGITAL

1. Plan de Marketing. Análisis inicial, fijación de objetivos y establecimiento de estrategias

2. Customer experience

3. Branding

4. SEO/SEM