

Curs

2a edició

## Revenue management i Màrqueting Digital

Forma't en Revenue Management, una tècnica de gestió d'eines per maximitzar i rendibilitzar els ingressos en el sector turístic: hotels, càmpings, camps de golf, restaurants... L'objectiu final és rendibilitzar al màxim una capacitat limitada amb un inventari perible, analitzant totes les parts que componen la venda: el producte, el client, el moment de la demanda, els competidors, els canals de distribució i el preu. Mitjançant l'anàlisi d'aquestes dades i la utilització d'eines, podrem prendre decisions estratègiques i tàctiques amb èxit. Sumat a les estratègies de màrqueting digital que milloren el posicionament i generen demanda.

### Dirigit a

- Directors comercials
- Comercials
- Directors de màrqueting
- Directors d'allotjament
- Caps de recepció i recepcionistes
- Personal de reserves
- Directors de Restaurant, càmpings, allotjament turístics, camps de golf, centres d'oci
- Estudiants de Turisme

### Coordinació i docència

Lourdes Bujalance López

### Preu

475 €

Aquest curs compleix els requisits per ser bonificat mitjançant la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, FUNDAE.



### LLOC

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

### IDIOMA

Català/Castellà

### DURADA

2 mesos / 50 hores  
Del 31/01/2022 al 01/04/2022

### HORARI

Presencial / Streaming  
Divendres de 17 a 20 h

**Mòdul 1****INTRODUCCIÓ AL REVENUE MANAGEMENT, TOTAL REVENUE I ANÀLISIS DEL PRODUCTE****1. Característiques dels negocis on es pot aplicar****2. Anàlisis del producte i promesa de marca**

- Llistat de productes a la venda
- Anàlisis DAFO
- Disseny i venda del producte
- Llibre de marca
- Aplicació de màrqueting a la marca

**3. Total Revenue**

- Upselling
- Crossselling - venda creuada
- Àrees de aliments i begudes, spa & wellness, lloguer de sales, esdeveniments

**4. Indicadors****Mòdul 2****ANÀLISIS DEL CLIENT I SEGMENTACIÓ****1. Qui paga quin preu?**

- Necessitats i desitjos de cada segment
- Optimització del preu
- Preus variables i preus dinàmics
- Errors comuns a evitar

**2. Contribució i rendibilitat de cada segment****Mòdul 3****ANÀLISIS DE L'ANTELACIÓ DE LA DEMANDA I PROJECCIONS DE FUTUR (FORECASTING)****1. Elasticitat de la demanda i maximització d'inventari**

- Control de la demanda en temporada alta
- Estimulació de la demanda en temporada baixa
- Generadors de demanda

**2. Projeccions de futur**

- ROH i pick ups
- Corba demanda

**3. Gestió de cancel·lacions****4. Gestió d'overbooking****5. Gestió de grups. Càlculs de desplaçament****Mòdul 4****ESTRATÈGIES DE PREU****1. Sensibilitat al preu i decisions sobre preus****2. Scoring i contribució de cada tarifa. Control d'inventari****3. Paritat de preus****Mòdul 5****ANÀLISIS SET COMPETITIU****1. Definició de set competitiu per segment****2. Ranking****3. Anàlisis DAFO****4. Estratègies de posicionament i venda****5. Penetració en el mercat i quota de mercat. Benchmarking****6. Indicadors****Mòdul 6****CANALS DE DISTRIBUCIÓ, APARADORS I VENDA DIRECTA****1. Distribució hotelera. Comercialització**

- Canals: tour operació, otas, gds. Grau de dependència
- Aparadors i metabuscadors
- Contribució i scoring. Rendibilitat de cada canal
- Mix òptim

**2. Venda directa****3. Control del nostre client. Processos de fidelització****Mòdul 7****MÀRQUETING DIGITAL****1. Pla de Màrqueting. Anàlisis inicial, fixació d'objectius i establiment d'estratègies****2. Customer experience****3. Branding****4. SEO/SEM****5. Social Media****6. Email màrqueting****7. Generar i qualificar leads**