

INTRODUCCION AL NUEVO MARKETING TURISTICO PARA EL SECTOR DEL CAMPING Y EL CARAVANING

DURACION 80 HORAS 2H DE L a V / 10h/SEMANA 8 SEMANAS

1. Principio del Marketing Turístico

- 1.1 – El Marketing de productos frente al Marketing de servicios
- 1.2 – El cliente turístico
- 1.3 – Las particularidades del nuevo cliente. El proKsumer

2. El Ciclo Virtuoso Comercial

- 2.1 – ¿Qué es?
- 2.2 - ¿Qué Busca?
- 2.3 - ¿Cómo lo Busca?
- 2.4 - ¿Qué Permite?

3. Promoción

- 3.1 – Promoción Online – eMarketing
- 3.2.1 – Introducción al Marketing en Buscadores
- 3.2.2 – Introducción al eMail Marketing
- 3.2.3 – Banners – Display Marketing

4. Marca/producto

- 4.1 – Concepto de Marca
- 4.2 – Elementos de Marca

5. Presencia e Identidad en Red

- 5.1 – Qué es la Identidad en Red de una Marca
- 5.2 - ¿Quién crea la Identidad en Red de la Marca

6. Distribución

- 6.1 - Canales de Distribución
- 6.2 – Distribución Online
- 6.3 – Distribución Turística y Revenue Management
- 6.4 – Distribución Turística – Herramientas de Channel Management

7. Fidelización

- 7.1 - Concepto de Fidelización
- 7.2 – El proKsumer como agente de fidelización

8. Monitorización, escucha y conversación

- 8.1 - Escucha - ¿Qué se dice de la Marca en la Red?
- 8.2 – Herramientas de Monitorización
- 8.3 – La conversación

9. ROI – Return of Investment y IOR – Impact of Relationship

- 9.1 – ROI Vs IOR
- 9.2 – Variables del IOR