

GESTIÓN DE VENTAS, MARKETING DIRECTO Y UTILIZACIÓN DE REDES SOCIALES EN LA GESTIÓN COMERCIAL TURÍSTICA

OBJETIVO

Aprende a gestionar de forma eficaz las ventas en el sector turístico, utilizando estrategias de marketing directo y redes sociales para conectar con tus clientes. Desarrolla habilidades para planificar acciones comerciales, comunicar ofertas de manera personalizada y aprovechar las plataformas digitales como herramientas clave para aumentar la visibilidad, captar clientes y fidelizar a tu audiencia.

PÚBLICO OBJETIVO

PYMES, trabajadores por cuenta ajena, autónomos y estudiantes con contrato en prácticas, siempre que estén vinculados al **sector turístico**.

DURACIÓN

150 horas

UD1 Estrategias digitales de marketing directo en turismo

1.1 Marketing digital.

1.2 Publicidad digital. formatos, procesos y técnicas.

1.3 Marketing directo aplicado al turismo: características, estrategias, objetivos y herramientas.

1.4 El cliente organiza sus propios viajes.

UD2 Uso de redes sociales para potenciar ventas

2.1 Escenarios en los que se mueven las redes sociales.

2.2 Redes sociales aplicadas al marketing.

2.3 Estrategias de venta en las diferentes redes sociales.

UD3 Liderazgo en proyectos de marketing turístico

3.1 Habilidades y tareas de los equipos de marketing especializados en turismo.

3.2 Liderazgo en proyectos de marketing de empresas turísticas.

3.3 Habilidades en la implementación de campañas de promoción online de destinos y servicios turísticos.

UD4 Monitorización y análisis de resultados digitales

4.1 Obtención de datos.

4.2 Creación de bases de datos de clientes.

4.3 Segmentación de clientes.

4.4 Los límites de la ley al tratamiento de datos personales.

UD5 Marketing directo para la captación de clientes turísticos

5.1 Captación de clientes turísticos.

5.2 Email marketing turístico: vender experiencias.

5.3 Otras acciones: marketing de contenidos y remarketing.

