

OPORTUNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO TURÍSTICO FRANCÉS PARA AGENCIAS DE VIAJES

PLAN DE FORMACIÓN DE TURISMO DE NAVARRA / NAFARROAKO TURISMOKO FORMAKUNTZA PLANA

Conoce al turista francés y comprende sus características a la hora de desplazarse por ocio y turismo. Dispondrás de la información práctica para promocionarte en este mercado y tenerlo como cliente en tu agencia de viajes.

MODALIDAD

On line

DURACIÓN

2 horas (de 9:30 a 11:30 h)

FECHAS

27 de octubre

DOCENTE

Anne Germain Directora de AA Global Vision (Hendaya - Francia), consultoría en marketing, promoción y comercialización en el mercado internacional y francés. De nacionalidad francesa, Anne cuenta con 19 años de experiencia profesional en consultoría aplicada al sector del turismo y del ocio, incluyendo estancias laborales en Londres, Madrid, Bilbao y Francia. Colabora igualmente desde hace 6 años con Gobierno de Navarra (Servicio de Marketing Turístico, Dirección de Cultura).

+ INFO

turismo.formacion@navarra.es



PLAN DE FORMACIÓN
DE TURISMO DE NAVARRA
NAFARROAKO TURISMOKO
FORMAKUNTZA PLANA



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

Gobierno
de Navarra



Nafarroako
Gobernua



AGENDA
2030

OBJETIVOS DEL CURSO

Conocer el perfil del turista francés y disponer de una información práctica que ayude a las empresas y profesionales navarros de agencias de viajes a entender mejor lo que busca este cliente a la hora de desplazarse por motivo de ocio y turismo, así como las singularidades de este mercado para promocionarse mejor y tenerlo como cliente. Se trata de una presentación específica orientada a las agencias de viajes receptoras en Navarra.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- Pensar y adaptar su marketing bajo la demanda/las expectativas del cliente francés.
- Los canales de promoción y comercialización y su evolución.
- La estructura de intermediación compleja y fragmentada en Francia con turoperadores y agencias de viajes (offline, online), asociaciones, clubes.
- Conocer las entidades que trabajan en la promoción de la región en Francia (Turespaña, Gobierno de Navarra). Entender los tipos de acciones que desarrollan y oportunidades para las agencias receptoras.
- Apoyarse en intermediarios operadores especializados, asociaciones, clubes en Francia (ej. Senderismo/outdoor, Cultura, Grupo, Mice). Ferias y acciones de prospección BtoB de turismo. Información práctica para trabajar con el sector de la intermediación en Francia.
- Tener una visibilidad en Internet con una página web, un trabajo de posicionamiento en Google con las palabras claves usadas, el uso de las redes sociales.
- Apoyarse en guías, anuarios turísticos.
- Apoyarse en plataformas de venta online usadas por los franceses para contratar excursiones y paquetes, así como páginas de comparación (Metasearch).

ITINERARIOS Y SUBITINERARIOS FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

Itinerario 4: Promoción y posicionamiento en el mercado. **Subitinerario 04.02:** Estrategias de posicionamiento en el mercado internacional.

Itinerario 2: Innovación en productos y procesos. **Subitinerario 02.02:** Nuevas tendencias en productos y procesos.

METODOLOGÍA

La formación se realizará a través de videoconferencia en una sesión de 2 horas de duración.

TUTORIZACIONES

Tras la finalización del curso, las empresas participantes podrán acceder a tutorías personalizadas.

Para ello, deberán presentar una memoria del proyecto de comercialización sobre el que desean ser asesoradas.

Se realizará una selección de las memorias presentadas para decidir cuáles de ellas accederán a las tutorías.

DESTINATARIOS/AS

Colectivo profesional turístico de Agencias de viajes de receptivo en Navarra.

NÚMERO MÁXIMO DE ASISTENTES

Número máximo de participantes: 50

ADJUDICACIÓN DE PLAZAS

Es necesario inscribirse previamente en el enlace proporcionado. En el supuesto que existan más solicitudes que plazas, se realizará un sorteo para su asignación.

REQUISITOS PREVIOS PARA PARTICIPAR

Haber asistido a la formación general "**Oportunidades de comercialización en el mercado turístico francés**".

[INSCRÍBETE AQUÍ](#)

ITINERARIOS Y SUBITINERARIOS FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

Itinerario 4: Promoción y posicionamiento en el mercado. **Subitinerario 04.02:** Estrategias de posicionamiento en el mercado internacional.

Itinerario 2: Innovación en productos y procesos. **Subitinerario 02.02:** Nuevas tendencias en productos y procesos.