

LAS 4 PS DEL MARKETING. LAS CLAVES DEL ÉXITO EN LA COMERCIALIZACIÓN

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



Producto, Punto de venta, Promoción y Precio son los 4 pilares que sostienen el nuevo marketing turístico cada vez más necesario y utilizado generando una nueva realidad en el sector turístico.

En este curso analizaremos las claves del marketing turístico a través de sus 4 componentes.

Producto
Punto de venta
Promoción
Precio

MODALIDAD

On line

DURACIÓN

4 horas

FECHAS

31 de enero 9:30 - 11:30

2 de febrero 16:00 - 18:00

DOCENTE

Puy Trigueros Labeaga: Experta en marketing

turístico y digital con experiencia como responsable de comunicación de La Rioja y Navarra. Además, es consultora y formadora especializada en turismo y marketing digital www.linkedin.com/in/puytrigueros

+ INFO

turismo.formacion@navarra.es



PLAN DE FORMACIÓN
DE TURISMO DE NAVARRA
DE 10.0
NAFARROAKO TURISMOKO
FORMAKUNTZA PLANA
BIKAIN.O



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

INSCRÍBETE AQUÍ

Gobierno
de Navarra  Nafarroako
Gobernua



AGENDA
2030

OBJETIVOS DEL CURSO

- Conocer los 4 campos de la comercialización en los que tiene influencia el marketing.
- Mejorar la creación de producto, la distribución, el precio y la promoción.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Fundamentos del marketing – Las 4 Ps del marketing mix

- Decisiones de producto
- Decisiones de precio
- Decisiones de distribución
- Decisiones de promoción

Desarrollo de producto comercializable

- De los servicios a la experiencia. De vender camas a vender atardeceres
- Producto turístico básico y ampliado
- Segmento general o especializado
- Integración vertical y horizontal
- Up-selling y cross-selling
- Valor percibido del producto
- El ciclo de vida del producto influye en las decisiones de comercialización.

Estrategias de fijación de precios

- Costo + porcentaje
- Precio de penetración
- Revenue management o precio variable
- Precio Premium
- Precio líder + complementarios
- Precio por paquete

Distribución turística

- Mercados objetivos
- Con intermediario o por venta directa
- Canales de comercialización: comisiones, costes, cupos... control de coste/resultado
- Política de reservas

ITINERARIO Y SUBITINERARIO FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

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

Itinerario 3: Profesionalización de la gestión turística. **Subitinerario 03.01:** Gestión turística.

Promoción turística

- Posicionamiento y diferenciación
- Influencers y generadores de opinión/recomendación
- Publicidad
- Otras acciones de promoción

METODOLOGÍA

A lo largo del curso revisaremos de forma interactiva y con participación del alumnado todos los apartados del índice de contenidos identificando las oportunidades que el marketing ofrece para mejorar la comercialización turística mejorando el conocimiento del mercado turístico.

DESTINATARIOS/AS

Colectivo profesional turístico (Alojamiento, Restauración, Empresas de servicios turísticos, Empresas de intermediación). Entidades públicas (Agencias de Desarrollo Local, Consorcios Turísticos, Asociaciones) y Entidades Locales de Navarra (Ayuntamientos y Mancomunidades de Servicios).

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

No son necesarios requisitos ni conocimientos previos.

ITINERARIO Y SUBITINERARIO FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

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

Itinerario 3: Profesionalización de la gestión turística. **Subitinerario 03.01:** Gestión turística.