

Otimização da Equipa de Vendas em Hoteleria

Objetivos

Este curso permitirá a cada um dos participantes:

- ▶ Adquirir conhecimentos de gestão ligados às novas tendências de vendas no setor hoteleiro;
- ▶ Desenvolver competências técnicas de forma a maximizar as receitas em contexto de empreendimento turístico.

Destinatários

- ▶ Profissionais do setor hoteleiro e turístico;
- ▶ Pessoas que pretendam adquirir conhecimentos nesta área.

Metodologia

Este curso baseia-se em:

- ▶ Exposições e sínteses metodológicas;
- ▶ Análise de situações reais e casos concretos;
- ▶ Resolução de exercícios e casos práticos;
- ▶ Grupos de trabalho com partilha de experiências;
- ▶ Simulação de vendas seguidas de um debriefing pelo formador;
- ▶ Role-Playing e Brainstorming.

Avaliação

Avaliação contínua da participação em aula e com realização de 1 teste escrito final.

Para a conclusão com sucesso é necessário um resultado positivo na avaliação e uma assiduidade mínima de 70% da duração total do curso.

Valor

390,00€ cada participante (os sócios da CCILA têm 10% de desconto).

Local e Duração

- 🕒 Duração 36 horas
- 📍 Lisboa, Porto e Portimão

Hotelaria e Turismo

Otimização da Equipa de Vendas em Hotelaria

Conteúdos

A organização do departamento comercial em hotelaria

O produto hoteleiro: aspetos práticos

O preço hoteleiro: conceito e política de preços e condições associadas

Princípios básicos do trabalho comercial em hotelaria

- ▶ CRM
- ▶ Business Intelligence
- ▶ A importância de conhecer o cliente e como o fazer
- ▶ A prospeção comercial em hotelaria
- ▶ Prospeção a curto, médio e longo prazo
- ▶ Técnicas de venda: na pré-venda, na reserva, no check-in/ walk-in, durante a estadia, no check-out e no pós-venda
- ▶ Os inquéritos de satisfação e a sua importância

Segmentação de mercado

Gestão comercial – vertente operacional

- ▶ Reservas: operações e reporting
- ▶ Eventos: operações e reporting
- ▶ Receção: operações e reporting
- ▶ Equipa de vendas: operações e reporting

A promoção: nacional e internacional/ interna e externa

Tipologias de contratos comerciais e suas implicações

Visitas de inspeção: prática e sua importância

A comunicação em hotelaria

O mercado turístico e sua área de influência

Duração 36h

20h Teóricas + 16h Práticas