

MARKETING TURISTICO E REVENUE MANAGEMENT

Contesto:

Secondo le stime dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, nel 2015 i viaggiatori internazionali nel mondo sono stati 1,184 miliardi con un incremento del 4,4% rispetto all'anno precedente. In parallelo all'aumento dei flussi di clientela, l'economia, delle imprese turistiche manifesta segnali molto positivi, in particolare per il comparto alberghiero. Ogni singola struttura alberghiera ha la necessità di raggiungere ed intercettare il maggior numero di potenziali clienti target. Le nuove frontiere del Marketing necessitano di politiche distributive diversificate per aumentare le opportunità che il mercato odierno presenta. Allo stesso modo è necessario ragionare in termini di alta qualità senza perdere di vista la corretta gestione delle dinamiche di prezzo per permettere alla struttura alberghiera di ottenere costantemente un aumento dei ricavi.

Obiettivi:

- Approfondire le conoscenze e competenze sulle nuove frontiere del Marketing Turistico
- Gestire correttamente le politiche di prezzo
- Usare politiche distributive diversificate al fine di ampliare il più possibile la politica di Marketing

Destinatari:

- Direttori d'albergo
- Vice-direttori d'albergo
- Direttori Marketing
- Promotori commerciali
- Assistenti alla direzione
- Addetti Prenotazioni
- Addetti al Booking

Durata:

24 ore

Programma:

- Analisi del mercato e definizione del prodotto
- Gestione politica tariffaria e monitoraggio parity rates
- Gestione operativa Canali di distribuzione
- Monitoraggio Reviews
- Valutazione della produzione dei contratti in essere
- Contrattazione nuovi operatori Web
- Valutazione nuove possibilità commerciali
- Creazione cofanetti regalo con prodotto a tema