

## Gestão Estratégica e Comercial de redes Hoteleiras

### Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes das seguintes competências conhecimentos, técnicas e metodologias utilizadas em Marketing de Serviços e técnicas de venda necessárias aos negócios de hoje, tornando possível desenvolver capacidades para acrescentar valor à venda e para trabalhar em parceria e como um elemento integrado na organização do cliente.

### Objetivos Específicos

No fim deste curso os participantes saberão:

- Apresentar uma visão alargada e aprofundada das principais características dos serviços e das formas de atuação em termos de Marketing;
- Abordar a problemática da gestão de Marketing de Serviços numa ótica moderna e interventora no seu processo de gestão;
- Proporcionar uma abordagem dos problemas específicos do Marketing de Serviços, tendo em vista detetar e aproveitar as oportunidades da prestação de serviços, fruto de uma melhor compreensão dos seus utilizadores;
- Compreender a estratégia da Gestão Comercial nas redes Hoteleiras;

### Destinatários

Este curso destina-se a todos os profissionais que, no âmbito da sua aposta na formação, pretendam aperfeiçoar / atualizar os seus conhecimentos na área de promoção de serviços, gestão do cliente e financeira de redes hoteleiras.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

18 horas

## Conteúdo Programático

### Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

### Modulo I - Marketing Estratégico em Hotelaria e Turismo

- O marketing na área dos serviços:
  - A natureza e a importância do Marketing de Serviços;
  - A definição de serviços e a sua caracterização: a intangibilidade, a indivisibilidade, a heterogeneidade e a simultaneidade;
  - Os tipos de serviços e os campos de atuação;
  - As abordagens de mercado: única e segmentada;
  - As diferenças entre o Marketing de serviços e o Marketing de produtos.
- O comprador de serviços e a dimensão do mercado:
  - Os estágios da compra de serviços;
  - A empresa de prestação de serviços. Os requisitos a cumprirem;
  - O comprador de serviços: o particular e o institucional;
  - A dimensão do mercado, a estimativa da procura, o potencial de mercado e a previsão de vendas;
  - O comportamento do consumidor de serviços.
- O planeamento estratégico para os serviços:
  - As vantagens do planeamento formal. A análise do mercado;
  - O planeamento na área dos serviços;
  - Os conceitos, os tipos e o processo de planeamento para os serviços;
  - O Plano para o Marketing de Serviços;
  - As estratégias de serviço ao cliente.
- Os serviços que adicionam valor aos produtos:
  - Os tipos de serviços que adicionam valor aos bens tangíveis;
  - O composto dos serviços: as marcas, a embalagem, a preparação das propostas e outras considerações;
  - O ciclo de vida dos serviços;
  - Os preços dos serviços;
  - A comunicação na área dos serviços.
- A distribuição de serviços e a venda pessoal:
  - Os critérios de escolha dos canais de distribuição;
  - As diferenças na distribuição dos Serviços e os canais de distribuição dos serviços;
  - As franquias nos serviços. As responsabilidades do franqueador e do franqueado;
  - As considerações gerais sobre a venda pessoal e as formas de vendas de serviços;
  - As técnicas de venda e de negociação. As estratégias e as táticas operacionais.

### **Modulo II Gestão Comercial na Hotelaria - Venda de Soluções Inteligentes: Consciência Comercial**

- Perceber métodos de recolha de informação acerca do Mercado do seu cliente;
- Aplicar modelos para determinar formas de acrescentar valor;
- Desenvolver estratégias e táticas de suporte para gestores de contas;
- Perceber capacidades individuais e utilizar competências técnicas e/ou especializadas quando adequado;
- Aprender a causar um impacto máximo e rápido nos clientes;
- Desenvolver competências de comunicação e modelos de questionamento que criam relação com o cliente;
- Desenvolver capacidade de entendimento e de persuasão junto dos clientes para a valorização da sua proposta.

### **Metodologia**

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.