

# Taller de Formación

para mujeres que  
regentan empresas  
de turismo rural

**Comarca Gúdar-Javalambre**



UNION EUROPEA  
Fondo Social Europeo  
*Construyendo Europa desde Aragón*

**25** de mayo

**2015**

**Lugar:** Sede de la Comarca Gúdar-  
Javalambre  
C/ La Comarca s/n  
44400 Mora de Rubielos (Teruel)

**Comienzo:** 10:30 a 14:30 h. y de 16 a 19 h

**Información e Inscripciones:**

**Tel.:** 978 800 008 (Ángela o Pilar)  
**Email** turismo@gudarjavalambre.es

**Plazas Limitadas**



# Taller de Formación

para mujeres que regentan empresas de turismo rural

**25 de mayo 2015**

**Lugar:** Sede de la Comarca Gúdar-Javalambre

C/ La Comarca s/n

44400 Mora de Rubielos (Teruel)

)

.

Plazas Limitadas

## Objetivos

- Que las mujeres que gestionan empresas de turismo rural mejoren los resultados económicos de sus negocios.
- Que la oferta turística rural incremente su nivel de calidad y servicio.
- Que la mujer reafirme su posición en el medio rural a través de su condición de empresaria y generadora de actividad económica, avanzando en la consecución de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres.



# Taller de Formación

para mujeres que  
regentan empresas  
de turismo rural

Plazas Limitadas

## Contenidos

**BLOQUE 1.- Las reglas de oro para que el viajero venga y no quiera irse nunca, o al menos repita.**

- 1.1 En la mente del cliente del S.XXI ¿cómo piensa? ¿Cómo compra? Detalles que “gustan” y detalles “que disgustan” a los clientes. Marketing sensorial low cost: comunicar con los 5 sentidos.
- 1.2 ¿Dónde está mi cliente? ¿El turista nacional?: Ni está ni se le espera. Cómo atraer al turista extranjero.

**BLOQUE 2.- Innovarse o morir. Otros han cambiado y ganan más ¿por qué yo no?**

- 2.1 La diferencia es la clave. 3 Estrategias infalibles para para ser el elegido y preferido. Casos de éxito. Benchmarking; aprendiendo de los mejores.
- 2.2 Condiciones adversas a la calidad. Cómo detectarlas y neutralizarlas con acciones correctoras y acciones preventivas. Insatisfacciones, quejas y reclamaciones; los problemas son tesoros ocultos, cómo convertirlos en oportunidades.
- 2.3 Cómo facturar más y ganar más con los mismos clientes. Estrategias para determinar el precio en cada momento. Estudio del precio de la competencia y del precio psicológico. Ahorro de costes en establecimientos turísticos. Sistema Análisis de valor. Detección de fugas de tiempo y dinero.

**BLOQUE 3.- Echa las “redes” para “pescar” al cliente. Cómo tu control de las nuevas tecnologías te permitirá incrementar tu negocio.**

- 3.1 Social media, utilizar el Facebook y twitter como herramienta de comunicación. ¿Qué dicen de mí establecimiento? ¿Debo contestar a las críticas y felicitaciones?
- 3.2 Geo posicionamiento. Cómo conseguir que los clientes me encuentren a la primera y me elijan.

