

TÜV AUSTRIA Мениджмънт в Туризма

TÜV AUSTRIA Мениджмънт в Туризма за България е проект разработен от доказани експерти. Референти в програмата са чуждестранни и български специалисти, които познават добрите практики и иновации в този ресор. Целият курс на обучение се състои от три модула и общо девет дни, като в него е включен тест за компетенции, който показва персоналните насоки и нива на развитие в областта на мениджмънта, комуникациите и продажбите. Всички участници получават присъствен сертификат от TUV Austria Academy. Този курс ви дава възможност да получите Business Manager Cert ISO17024 ,при препокриване на два допълнителни модула от TÜV AUSTRIA Мениджмънт програма.

Качество на туристическото обслужване

1. Как да постигнем и измерваме качеството на туристическата услуга.

Качеството на туристическата услуга отразява отношението на клиента към предлаганата услуга и е в зависимост от дизайна на системата за обслужване. Как да използваме специфични техники за измерване на качеството на услугите в Туризма?

2. Управление на връзките с клиента.

Всеки клиент е индивидуалност, чиито особености следва да отчитаме във взаимоотношенията „Служител-гост“. Как да опознаем клиентите, как да предотвратяваме конфликтни ситуации, а когато те възникнат как да ги решаваме?

3. Туристическо обслужване в интеркултурна среда.

Как да постигнем качество в Туризма чрез познаване на интеркултурните различия и интегриране на културата в туристическия продукт и обслужване?

Управлението на търсенето и предлагането

1. Фирмена идентичност и бранд в Туризма

Как да диференцираме продукта си от този на конкуренцията за да прибавим забележима стойност. Какви са ползите от създаване на марка и бранд в Туризма, за да намери нашият продукт „излаз“ на най-подходящите пазари?

2. Промоция и реклама

Как да се възползваме най-добре от комуникационната политика (промоция), за да повишим информираността за продукта? Насърчаване изпробването на продукта, насърчаване на повторно потребление, създаване на лоялни клиенти. Кои са инструментите за въздействие върху потенциалните потребители? Ефективна реклама.

3. Стратегии за управление на търсене и предлагане

Силно изразената сезонност в търсенето изисква познаване и използване на подходящи стратегии и тактики. Две групи стратегии свързани с търсенето и предлагането.

Иновации в Туризма

1. Йилд (Yield) Мениджмънт

Силно променливото туристическо търсене е предизвикателство към мениджърите в стремежа им да използват ефективно капацитета си.

Нов подход към максимализиране на приходите чрез микс от стратегии, базирани на използването на информацията от резервационните системи.

2. Интернет маркетинг

Развитието на интернет предизвика коренна промяна в търсенето на информация за туристически услуги. Силно нарастване на броя на уеб-базираните маркетинг кампании. Как да използваме ефективно интернет за постигане на добри финансови резултати? Кои са най-добрите концепции за достигане до потенциални клиенти и какви са техните предимства?

3. Системи за сертифициране на качеството

Как чрез системите за управление, оценка и сертифициране на качеството в Туризма да контролираме, поддържаме и повишаваме качеството на туристическия продукт и услуги в съответствие с изискванията на потребителите? Кои са най-подходящите системи за управление и за сертифициране на качеството в Туризма?