

# Taller de Formación para el Aspirante a Concierge.

Modalidad híbrida



## Programa Académico

### Modalidad:

Híbrida. Presencial / A distancia vía Microsoft TEAMS, sesiones 100% en vivo.

 **Horas: 24, en 12 sesiones.**

### **Objetivo general.**

Que el participante identifique técnicas eficaces para saber manejar su lenguaje corporal, diálogo dirigido, estimular respuestas proactivas, generar conversaciones de interés y responder objeciones con probabilidad favorable. Compartiremos técnicas, estilos, sistemas y herramientas para cumplir con los objetivos trazados. Hablaremos también de la psicología del ser humano y la prospección en dinámicas de servicio con objetivo de venta.

### **Beneficios del curso:**

- Bolsa de trabajo y plataforma para emprendedores
- Al concluir el Taller, el CV del Candidato acreditado se distribuye a los Hoteles y Clubs Vacacionales (Citas para Entrevista).
- Para canalizar el C.V. a la Hotelería / Club Vacacional debe tener un mínimo de 80% de Inglés (Concierge o Mayordomo).



## **Contenido temático detallado**

### **Módulo 1:**

La historia de la industria del Tiempo Compartido a Club Vacacional – Su evolución vista desde la labor del colaborador, en función de prospectación - Marketing interno.

### **Módulo 2:**

La Psicología en la Mercadotecnia de Club Vacacional, el análisis sobre los Perfiles de Personalidad del Cliente (Conductor, Expresivo, Analítico, Afable), identificando los factores que identifican a cada personalidad y realizando la labor de mercadotecnia con mayor habilidad en la comunicación.

### **Módulo 3:**

Secuencia de la Conversación, intercambio entre dos o más personas (Emisor, Receptor, Contenido del Mensaje, Tonalidad, Tiempo, Pausas, Área de Interacción y el Uso de Palabras Llave). Técnica de estimulación de las emociones, mediante la conversación.

### **Módulo 4:**

Diálogo del Colaborador - “PITCH” / Conversación que se realiza en conjunto con la atención y servicio al cliente, con el objetivo de venta. Comparativos con: los de un Colaborador en función de mercadotecnia para Club Vacacional en Aeropuerto, Interno - en las Instalaciones de un Resort (INH) en departamentos de Socios y Captación.



## **Contenido temático detallado**

### **Módulo 5:**

Los 9 Pasos en labor INH desde la llegada del Huésped y proceso de generación para invitación.

### **Módulo 6:**

Cultura laboral: Reglamentos, Políticas, Marca, Ética, Respeto Profesional y Alta Competitividad.

- Expectativas, Asignaciones y Responsabilidades de un Concierge, Objetivos KPI's y Plan de Pago con la diversidad de la Industria.
- Eventos de Mercadeo, Código de Vestimenta, Horarios y Operación Estándar.
- Operación de Marketing y Dinámica de Sala de Ventas (Olas, Ejecutivos de Ventas, Tecnicismos de la Industria: Overflow, Walk Outs, In & Outs, Q/NQ/CT, Exits, Trials, Be Backs, Post- Venta, etc.) Procedimientos Hoteleros, Programas INH Mktg: FIT Guest (Socio VIP y Regular), Marketing Digital / Minivacs).

### **Módulo 7:**

Herramientas de marketing (obsequios de bienvenida o servicios), sistema de hotel (llegadas - Rsv), sistema de registro: invitaciones del club, sistema para captura de datos de los diferentes programas: Socios, Minivacs o Marketing Digital, Programas de Calle y de Captación INH.

- Convertidores (SPA, A&B, Excursiones, Servicios de Hotel, Certificados Vacacionales), Invitaciones Externas - Regla de Oro, Fuera de Protección, No Shows a presentación.



## **Contenido temático detallado**

### **Módulo 8:**

Servicio Efectivo y Venta de Servicios de Hotel .....  
Destino / Información Cultural "Efecto Wow" ... Cada nombre personal tiene un significado positivo, encuentra el tuyo.

- Mktg - Los 9 Pasos... Obtener los "Sí", el Lenguaje Corporal, la Modulación de la Voz, la Secuencia de la Conversación y el "Take Away" - Esto se refiere a la táctica de ventas en la que se ofrece un bien para estimular una reacción y se retira para incrementarla u obtener una respuesta clara (sondeo del nivel de estimulación o interés).

### **Módulo 9:**

Técnicas de atención de clase mundial.

- CONOCER Y SALUDAR / Practicar... Voluntarios de Clase.
- CREDIBILIDAD / Práctica... Voluntarios de Clase.
- DESCUBRIR / Práctica... Clase Voluntarios.
- CONVERTIDOR EMOCIONAL / Práctica... Clase Voluntarios.
- CIERRE OPCIONAL / Práctica... Clase Voluntarios.
- MANEJO DE OBJECIONES / Práctica... Voluntarios de Clase / Ejemplos de objeciones más comunes y cómo responder.
- DIVULGACIÓN COMPLETA / Práctica... Voluntarios de Clase.
- PLANTANDO SEMILLAS / Practica... Clase Voluntarios.
- CONCIENCIA SITUACIONAL / Práctica... Voluntarios de Clase.



## **Contenido temático detallado**

### **Módulo 10:**

La Cita - Tour (Confirmación de Información, Punto de Encuentro, Revisión de Compromiso del Huésped y "Turn Over" / Tour Anfitriona o Ventas).

- Invitados Disponibles (Q/NQ) - Perfil de Aseguramiento, Período de Protección para Asignación (donde aplique), Selección de Incentivos, Reserva de Tour, Olas, Reprogramaciones – Agenda.
- Directos y Burn-Outs / Invitaciones Externas.
- Convertidores "brechas" - Políticas de incentivos y restricciones (Divulgación completa).

### **Módulo 11:**

Credibilidad (Prestación de servicios, Comentarios de Trip Advisor, Controles de calidad, Marca, Destinos).

- Ponga a su Invitado a la Venta (Beneficios y Ventajas)..... Preguntas de Compra.
- El Descubrimiento (el uso necesita aprovechar las ventajas de la promoción).
- Diálogo de Invitación utilizando el Branding.
- Diálogo cultural y de experiencias de viaje - Sugerencias y recomendaciones (Historias de terceros)
- Equipo de recuperación / Grupo de trabajo especial "Burn Outs & Tour No Shows".



## **Catedrático:**

### **Sergio Blancarte Curiel**

CLUB CONCIERGE CONNECTION

- Originario de Guadalajara Jalisco.
- 30 años de Experiencia en la industria de Ventas.
- Diplomado de la Universidad La Salle Cancún.
- Direc. Reg. Mercadotecnia Club Melia en Rep. Dom.
- Director de Mercadotecnia GT Mktg Group USA.
- Consultor de Mercadotecnia GBS Miami.
- Royal Resorts Management Team – Mktg & Sales.
- Certified Vacation Club Trainer Dom. Rep. 2015.
- ACLUVAQ 2010 – Psicología en Mercadotecnia y Ventas.
- Certificado por la National Concierge Association de USA.

## **Proceso de Inscripción:**

1. Enviar la solicitud de inscripción proporcionando todos sus datos con la que le asignaremos un número de matrícula.
2. Realizar su pago con el número de matrícula asignado y enviar el comprobante.
3. Las únicas formas de pago son las descritas a continuación:

## **Opciones de pago:**

- ✓ Pago en línea
- ✓ Ficha Referenciada (TIP)
- ✓ Transferencia Bancaria
  
- ✓ Opciones a 6 meses sin intereses

**\*Nos reservamos el derecho de suspender, cancelar o posponer un curso, si no se reúne el cupo mínimo.**