



Executive Program:
Experto en Transformación Digital para
Empresas del Sector Turístico y Destinos

Bienvenidos a la
Primera Revolución Digital

Descripción

¡Es momento de transformarse!

En los últimos meses nuestro sector ha afrontado el mayor de sus retos: la gestión de nuestras empresas en un escenario incierto y constantemente cambiante.

Hemos pasado de una gestión en donde prácticamente la mayoría de situaciones eran previsibles y estructuradas a una gestión en donde todo fluctúa a cada instante.

Nos encontramos ante un escenario nuevo que nos exige adaptarnos al momento que se nos presenta, como una gran oportunidad para evolucionar y prepararnos para gestionar una nueva temporada dentro del modelo turístico en el que venimos trabajando.

Sin lugar a dudas, convivir con el cambio constante nos exige una buena dosis de habilidades.

Nadie puede bajar el ritmo ante esta nueva realidad y cambio de ciclo. Adquiramos esas habilidades previas trabajando de forma conjunta en un nuevo plan estratégico que nos permita el reposicionamiento de nuestro destino y el crecimiento de nuestras empresas.

Con la ayuda de grandes expertos, conseguiremos llevar a cabo un plan de acción basado en la transformación y las nuevas oportunidades.

Un plan de transformación y acompañamiento a las empresas de turísticas y destinos con un método de aprendizaje totalmente práctico donde los cambios comenzarán a visualizarse desde los primeros días, gracias en gran medida a la implementación de las nuevas tecnologías

1. Innovación como base de la transformación digital

Descripción

La primera puesta en escena para el gran cambio.

Existe una errónea creencia de forma generalizada, que opina que la transformación digital es simple y llanamente una digitalización de los procesos físicos.

La digitalización lo cambia todo. Desde la filosofía de empresa hasta los métodos de valoración en los procesos productivos de un negocio.

En este módulo vamos a enseñar de inicio a fin, cómo gestionar los proyectos de transformación digital así como los nuevos métodos de trabajo online. Comenzando por la filosofía de empresa digital hasta la gestión y análisis de los resultados, pasando por los métodos de trabajo y uso de herramientas innovadoras como el Big Data y el Growth Hacking.

Programa

1. Innovación como base de la transformación digital

Introducción

- Teoría de la innovación
- Aplicaciones prácticas de la innovación

Bots para Redes Sociales

- Publicaciones Inteligentes
- Bots para Twitter, LinkedIn e Instagram
- Configuración de Automatismos
- Captar la atención del usuario con Inteligencia Artificial
- Cómo conseguir visitas y ventas gracias a los bots

1. Innovación como base de la transformación digital

Chatbots

- Templates desde cero
- Flujo de conversación inteligente
- Mensajes dinámicos, emojis y gifs animados
- Preguntas y respuestas inteligentes
- Aplicaciones

Tecnología Aplicada

- El nuevo PMS global 360°
- CRM como base de nuestro negocio
- Business Intelligence, análisis de datos profundo
- Nuevos sistemas de pago digitales y seguridad
- Digitalización de procesos para destinos y alojamientos (mantenimiento, reputación y otros)
- Digitalización de toma de datos para empresas (APPCC, contadores y otros)

1. Innovación como base de la transformación digital

Big Data

- Introducción al Data Analytics
- Práctica I -Estudio de investigación con Big Data (caso real destino)
- Presentación de resultados y análisis de la práctica I
- Social Selling: escucha activa en redes sociales
- Análisis semántico
- Índices de sentimiento en hotel, producto, seguridad y clima
- Análisis e interpretación de datos
- Práctica II: análisis e interpretación del destino (Mabrian®)

Nuevas tendencias e innovación en el sector

- Tourism Trends Review
- Storytelling de marca, destino y producto
- Storybrand como hub de la innovación

2. Comunicación digital en la empresa

Descripción

La revolución de nuestra comunicación.

Como se explica en la descripción del módulo 1 (Innovación como base de la transformación digital) la digitalización supone un cambio de metodología en la mayoría de los procesos de trabajo.

La comunicación es uno de ellos y además de vital importancia, tanto a nivel externo (público y clientes) como a nivel interno (empleados).

De la mano de la tecnología, vamos a implantar nuevas herramientas de comunicación digital así como definir un plan comunicativo de marca y/o producto concreto para cada una de las acciones internas y externas.

Una vez bien definida la línea de comunicación y configuradas las herramientas con el propio objetivo, implementaremos nuevos sistemas de Inteligencia Artificial con el fin de dar respuestas inteligentes de las preguntas del público, de la mano de chatbots automatizados.

La digitalización de nuestra comunicación nos aportará un gran registro de toda la información, para un posterior estudio de Big Data con el fin de entender a nuestra demanda y así poder mejorar nuestros productos y/o servicios.

2. Comunicación digital en la empresa

Comunicación interna

- Cómo conseguir una comunicación interna efectiva y por qué es importante trabajarla

Comunicación externa:

- Utiliza el storytelling en toda tu comunicación: crea el storybrand de tu marca
- Pautas generales para escribir y crear contenido para tu web
- Redacción de newsletters corporativas
 - Maqueta
 - Bloques de contenidos
 - Objetivos
 - Información
 - Textos
 - Llamadas a la acción
- Escribe emails efectivos para tus clientes y colaboradores
- Escribe tus primeros textos para anuncios
- Crea presentaciones efectivas e innovadoras de tu empresa o proyecto

3. Nuevos canales de comercialización

Descripción

La tendencia al cambio en los modelos de comercialización digitales así como la alteración del comportamiento del turista durante la pandemia, ya nos ha advertido de un cambio inminente en los futuros modelos de comercialización.

Vivimos un gran momento para dar uso a los recursos del Big Data y analizar nuevos y emergentes mercados así como sus modelos de comercialización.

Durante este módulo vamos a trabajar de forma conjunta en el análisis y plan de acción para los nuevos modelos de venta, construyendo así un modelo de no dependencia y mejora en la calidad del turista.

El mejor momento para darnos a conocer.

3. Nuevos canales de comercialización

Análisis de los cambios en el mercado (Mabrian®)

- Tendencias y cambios del mercado actual por origen
- Búsqueda de nuevos mercados emergentes
- Plataformas sociales por orígenes
- Canales de distribución online por orígenes
- Análisis de coste en comisión
- Tipos de contratos

Reputación del destino y producto

- Análisis actual
- Sentimiento y necesidades por orígenes
- Análisis estructurado y desestructurado
- Marca del destino
- Plan de mejora reputacional en producto y destino

Comercialización digital

- Nuevos e innovadores canales
- La nueva comercialización
- Equilibrio y rentabilidad entre canales externos y propios
- Potenciar la venta directa: web, teléfono, email y mensajería instantánea
- Geomarketing

3. Nuevos canales de comercialización

WhatsApp como nuevo canal de venta directa

- Introducción y Wa.me
- Posibilidad de automatizaciones
- Etiquetas
- Mensajes automáticos: de bienvenida y de ausencia
- Catálogo de productos
- Respuestas rápidas, plantillas auto
- Trucos y secretos para maximizar alcance y venta

4. Fotografía y vídeo digital

Descripción

La reputación de un producto y destino no solo la construyen los comentarios. Existe otra gran cantidad de contenido generado tanto por profesionales del sector como por los propios turistas que son la base de nuestra reputación: las fotos y los vídeos.

Tal y como lo han demostrado las últimas tendencias, en la búsqueda del próximo viaje por parte del viajero, priman las búsquedas geolocalizadas en redes sociales.

Dentro de nuestros análisis de reputación, los contenidos en imágenes y vídeos no aparecen en nuestras estadísticas puesto que no disponemos, aún, de sistemas capaces de analizar esta información de forma semántica (entender el sentido del contenido). Pero esto no significa que no sea importante, más bien todo lo contrario.

Es por ello que durante el módulo definiremos la estrategia de reputación de nuestros productos/destino y aprenderemos a hacer fotografías y vídeos de forma profesional desde un dispositivo móvil. Todo ellos apoyado con diversas herramientas de edición y retoque, para mostrar al mundo nuestra mejor cara.

Una imagen vale más que un comentario.

4. Fotografía y vídeo digital

Introducción a la fotografía móvil

- Configuración de los valores
- Métodos de disparo
- Reglas y consejos sobre la composición fotográfica
- La luz como elemento fotográfico
- Métodos fotográficos
- Post edición fotográfica desde el móvil
- Filtros y efectos

Introducción al vídeo móvil

- Configuración de valores
- Métodos de grabación
- Reglas y consejos sobre la composición en vídeo móvil
- La luz como elemento en vídeo móvil
- Enfoques y transiciones
- Post edición de vídeo desde el móvil
- Transiciones en vídeo

5. Redes sociales como apoyo a la transformación digital

Descripción

Si en el módulo anterior aprendemos a generar contenido para la mejora de nuestra reputación, durante este vamos a aprender de forma profesional el uso de los vehículos conductores de la comunicación en nuestra era: las redes sociales.

A nivel de conversión directa, existe una cierta desconfianza hacia estos medios de comunicación. Esta cuestión suele darse por una carencia estratégica y analítica dentro de las mismas.

Durante este módulo, vamos a poner orden estratégico en todos nuestros objetivos globales y personales. Definiremos un plan de acción personalizado para cada uno de los alumnos y comenzaremos a generar contenidos acordes con la mejora de la reputación y el aumento de reservas.

Todo ello con el apoyo de nuevas e innovadoras herramientas que nos permiten la automatización inteligente, así como el análisis profundo de la repercusión real para nuestros negocios.

Bien trabajadas, funcionan.

5. Redes sociales como apoyo a la transformación digital

Facebook para empresas

- Conceptos básicos
- Business Manager: gestiona la página de Facebook de una empresa
- Píxel de Facebook:
 - Eventos del píxel
- Segmentación: creación de públicos en Facebook (tu audiencia)
- Campañas de publicidad en Facebook

Instagram para empresas

- Conceptos básicos
- Creación de la cuenta de empresa
- Gestión básica de la cuenta de Instagram de una empresa
- Configuración del perfil perfecto en Instagram
- Estrategia en Instagram para empresas (objetivos, clientes ideales, temáticas, frecuencias, formatos y uso correcto de hashtags)
- Análisis de la competencia
- Generación de contenidos y análisis de la competencia
- Iniciación a Instagram Stories e Instagram Reels

5. Redes sociales como apoyo a la transformación digital

TikTok para empresas

- ¿Qué es TikTok y cómo funciona?: principales funciones de la red social
- Escoger entre perfil personal o de empresa: cambiamos a perfil de empresa
- Exploramos TikTok para entender bien la herramienta:
 - Herramienta búsqueda y tendencias
 - Funcionalidad: para ti y siguiendo
 - Buscar otras cuentas
- Creamos tu primer vídeo en TikTok

5. Redes sociales como apoyo a la transformación digital

Saca todo el provecho a Tiktok

- Cómo viralizar el contenido (dúos, lipsync, challenges...) Hacemos ejemplos reales en clase.
- Cómo aprovechar el potencial de TikTok

Cómo trabajar tu marca turística con Tiktok

- Define tus objetivos con TikTok
- Define a tus clientes ideales
- Calendario de publicaciones
- 3 maneras de usar TikTok para promocionar tu empresa:
 - Contenidos orgánicos
 - Publicidad
 - Influencers

Aplicaciones prácticas

- Brainstorming en grupos para definir aplicaciones a empresas turísticas.
- Puesta en común del brainstorming y definición de ideas para aplicar a marcas turísticas.

6. Liderazgo digital

Descripción

La digitalización ha llegado para establecerse en nuestro sector. Esto requiere una comprensión de su funcionamiento así como el aprendizaje en los métodos de liderazgo digital.

Pese a compartir ciertas similitudes con lo tradicional, la digitalización es un concepto de trabajo muy diferente. Los métodos de seguimiento, gestión de equipo y productividad cambian de una forma rigurosa.

Un serie de metodologías con grandes beneficios para los resultados operativos, que no elimina nuestra forma de empleo físico, sino que suma a este un nuevo abanico de posibilidades como el aumento de la productividad y el análisis de proyectos en tiempo real.

La rápida adaptación al cambio es la antesala de las oportunidades.

6. Liderazgo digital

Herramientas para mejorar la productividad y el liderazgo digital

- Drive
- Slack
- Lastpass / OnePassword
- Dropbox
- Toggl

Prepara y gestiona reuniones de manera efectiva

- Google Meet
- Zoom
- Slack

Gestiona proyectos de forma sencilla con:

- Trello
- Team Work

7. Proyecto final

Bienvenido/a a nuestra primera revolución digital.

El último paso para nuestra transformación. Un proyecto orientado a cada uno de los objetivos individuales de las empresas.

Además de contar con un programa totalmente práctico e ir aplicándolo a la realidad de nuestros negocios desde el primer módulo, la construcción de un proyecto final nos preparará para afrontar una futura campaña llena de oportunidades y cambios positivos.

Todo ello con la ayuda y seguimiento personalizado por parte de un equipo de coordinación experto en cada una de las líneas de acción y adaptado a cada uno de los proyectos.

Obteniendo así la correspondiente titulación nominativa.

Presentación

Presentación de un proyecto real, valorado en directo frente a un jurado universitario y del ámbito profesional turístico.

Entrega de títulos.

Profesores

Contamos con la colaboración algunos de los mejores profesores universitarios y profesionales del sector turístico del país, destacando entre ellos:

Rafael de Jorge es director, coordinador y profesor de diversos programas formativos en varias universidades del país como la Universidad de Barcelona, Escuela de Organización Industrial y Euroaula.

Rafael es además el fundador de Growtur, Escuela Digital de Tecnología, Creatividad y Ética para el sector turístico y asesor de marketing, innovación y crecimiento para grandes empresas y organismos.

Marta Marín es profesora de varios Másteres y Postgrados en la Universidad Blanquerna–Ramón Llull de Barcelona y en Elisava (Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona)

Marta además es consultora estratégica, directora creativa y analista de tendencias y mercados trabajando para marcas del sector turístico como Hilton y Mandarin Oriental.

Profesores

Carlos Rentero es profesor de Revenue Management en varias Universidades como la Rey Juan Carlos, la Universidad Antonio de Nebrija y Ostelea en la sede de Madrid.

Carlos además es actualmente el Director Spain & Latam de Bookassist y ha desarrollado siempre su carrera profesional en el sector turístico trabajando como director de hotel para marcas como Meliá Hotels International y como VP de Revenue & Online Distribution para Vincci Hoteles, implementando y dirigiendo toda la estrategia digital y de Revenue Management de la cadena durante 9 años.

Emilio Parrilla es profesor de Tecnología Aplicada y Big Data en diversas universidades como ESHOB y Euroaula

Emilio es fundador de UbikOS, plataforma 360° para la gestión hotelera con clientes en España y LATAM

Anteriormente trabajó, entre otros puestos directivos, como Director de IT en ONA Hoteles desarrollando íntegramente el PMS que gestiona la cadena.

Profesores

Laura Garrido es profesora asociada del CETT-UB en el Máster Universitario en Dirección de Empresas Turísticas.

Laura además es la fundadora de Ético, donde desarrollan estrategias enfocadas en las empresas turísticas ayudando a mejorar sus resultados mediante un crecimiento sostenible.

Anteriormente Laura trabajó durante más de 5 años como **Industry Manager** durante para el mercado español y latinoamericano en Trivago.

David Val es profesor adjunto en la UNED en el Máster de Periodismo Científico y Comunicación Científica de la UNED.

David además es el redactor jefe de **Tecnohotel**, uno de los medios de comunicación más reconocidos en el sector turístico español.

Raquel Lora es profesora, asesora y directora académica en **Growtur**. Redactora para medios de comunicación como Smart Travel.news y Tecnohotel.

Profesores

Rubén Mahugo es Ingeniero Técnico en Telecomunicaciones y profesor en la EOI (Escuela de Organización Industrial)

Rubén además trabaja como Online Marketing Manager en Spalopia y como consultor en SEO y Marketing Digital.

Anteriormente fue fundador de de varias Startups.

***Más otros 21 profesores y empresas tecnológicas colaboradores para Masterclasses.**