

# Talleres de Formación

para mujeres que  
regentan empresas  
de turismo rural



UNION EUROPEA  
Fondo Social Europeo  
*Construyendo Europa desde Aragón*

**Mayo 2015**

. Día 12: Comarca Del Sobrarbe (Aínsa)

Tfno.: 974 518 025

. Día 18: Ribera Baja del Ebro (Quinto)

Tfno.:978 800 008

. Día 21: Comarca del Alto Gállego  
(Sabiñánigo)

Tfno.: 876 167 909

. Día 25 Comarca Gúdar-Javalambre  
(Mora de Rubielos)

Tfno.: 978 800 008

. Día 27: Comarca Comunidad de Calatayud

Tfno.: 976 883 075 / 976 887 474

## **Último trimestre 2015:**

. Comarca Bajo Aragón (Alcañiz)

. Comarca del Mararraña- Matarranya  
(Valderrobres)

. Comarca del Somontano (Barbastro)



# Talleres de Formación

---

para mujeres que regentan empresas de turismo rural

Lugar: Sedes Comarcales

## 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.

# Talleres de Formación

para mujeres que regentan empresas de turismo rural

## 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 mi 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.