



Planificación de las operaciones y los servicios turísticos

EPISODIO 2

Temas de Esta Cápsula

1. Gestión de Calidad y Servicio al Cliente
2. Proceso de comercialización
3. Mapa de la experiencia y el consumo del turista


GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE




“Quien sobrevive no es el más fuerte ni el más inteligente, sino el que se adapta mejor al cambio”
Charles Darwin

<https://www.youtube.com/watch?v=eVmoqldN2c>

GESTIÓN DE CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE




Para las empresas atraer nuevos clientes representa unos costos 6 a 7 veces mas elevados que mantener los clientes existentes.



67%

El 67% de los clientes sitúan las malas experiencias como la razón detrás de la Perdida de clientes.




55%

El 55% de los clientes están dispuestos a pagar más por una experiencia comprometida por parte de le empresa.

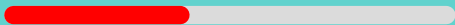


86%




El 86% de los clientes estaría dispuesto a pagar mas por una experiencia mejorada, es decir que supere las expectativas.

85%



El 85% de la Perdida de los Clientes es por un mal servicio, que se pudo evitar.

70%



El 70% de los empresas que ofrece una mejor experiencia al cliente utiliza el feedback de sus clientes.

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

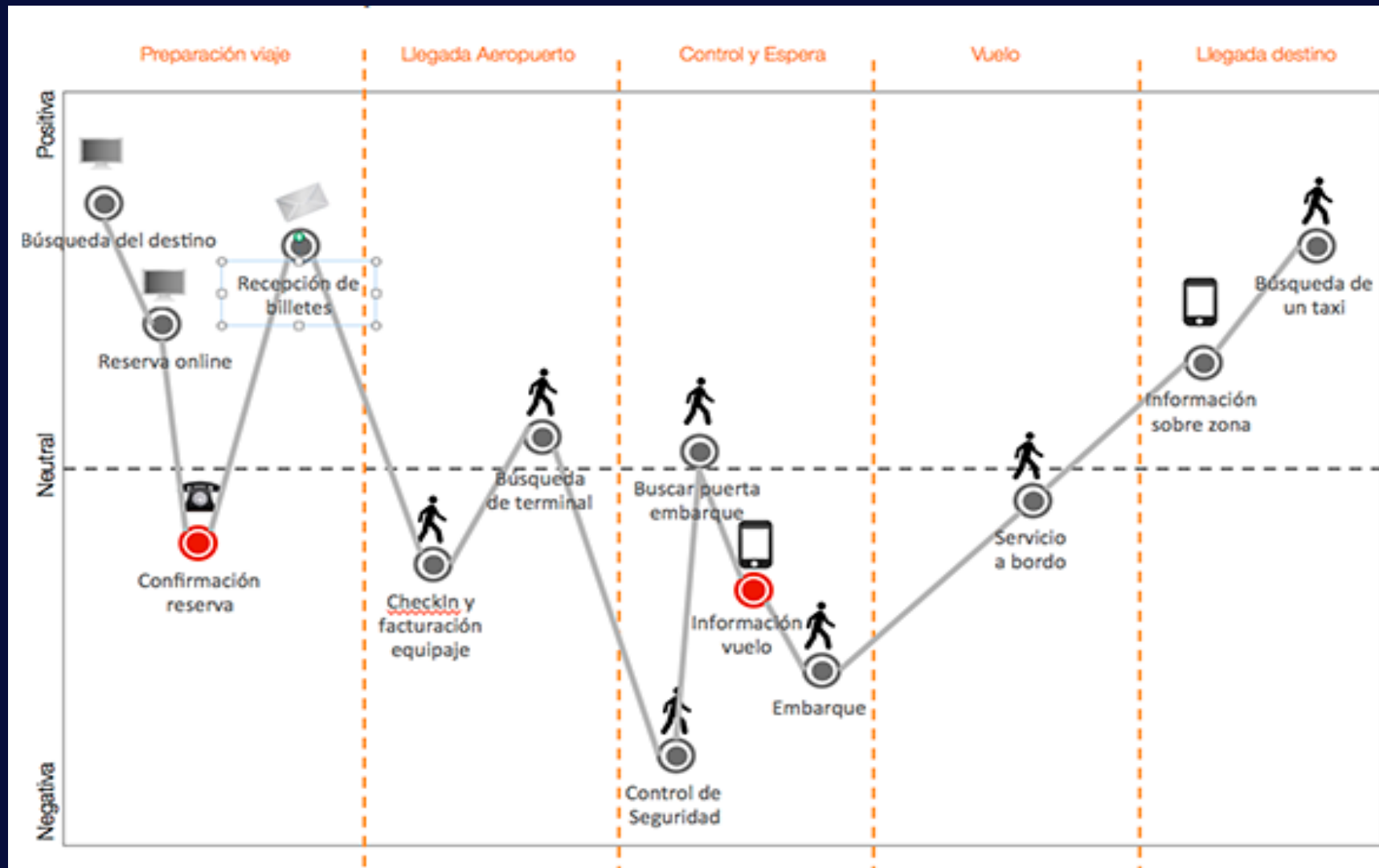


Gestionar la forma como nos relacionamos con los clientes-CMR.

Conocer la experiencia global del cliente permite entender sus necesidades y encontrar formas de solucionarlas.

En el contexto covid-19 es necesario adaptarse rápidamente al cambio y a las nuevas necesidades de los turistas.

PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



Recopilar conocimientos internos

Las empresas deben comenzar el proceso tomando en cuenta el conocimiento del cliente que ya tienen

PASO
02

Conocer los procesos, las necesidades y las percepciones de los clientes

Lo Mientras que las empresas creen saber mucho acerca de sus clientes, las ideas de los clientes se enmarcan desde la perspectiva de la empresa y no desde la de los clientes, como debería ser.

PASO
04

Dibujar el mapa de la experiencia

Las empresas necesitan traducir su análisis en una simple representación visual de los procesos, las necesidades y las percepciones de los clientes, creando su propio mapa



PASO
01

Desarrollar hipótesis iniciales

Quienes son sus clientes, cuales son sus gustos y como se relacionan con la empresa

PASO
03

investigación de los clientes

Realizar una investigación interna y externa para disponer de los comentarios de como los clientes interactúan con la empresa

PASO
05



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

COLOMBIA 

MUCHAS
GRACIAS

COLOMBIA.TRAVEL



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS