

ANEXO II – COMPETENCIAS DIGITALES PARA EL SECTOR TURÍSTICO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Iniciación al Marketing Digital para Negocios Turísticos- Nivel Básico

Objetivo: Comprender los principios básicos del marketing digital aplicado al sector turismo.

Contenido: Fundamentos de SEO, introducción a redes sociales, marketing de contenidos.

Herramientas: Google Analytics, Hootsuite, Mailchimp, redes sociales, etc.

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos del Marketing Digital

Introducción al Marketing Digital

- Definición y conceptos básicos.
- Importancia del marketing digital en el sector turístico.

Plan de Estrategia Digitales

- Contenido
- Seguimiento del plan

Módulo 2: Fundamentos de SEO (Optimización de Motores de Búsqueda)

Conceptos Básicos de SEO

- Definición y objetivos.
- Factores de clasificación y algoritmos de búsqueda.

Investigación de Palabras Clave

- Identificación de palabras clave relevantes para el negocio turístico.
- Herramientas de investigación de palabras clave.

Módulo 3: Introducción a Redes Sociales

Importancia de las Redes Sociales para Negocios Turísticos

- Beneficios de estar presente en redes sociales.
- Principales plataformas sociales para el sector turístico.

Estrategias de Social Media Marketing

- Creación de perfiles de empresa en redes sociales.
- Estrategias de contenido y publicación.

Módulo 4: Marketing de Contenidos

Conceptos Básicos de Marketing de Contenidos

- Definición y objetivos.
- Tipos de contenido efectivos para negocios turísticos.

Creación de Contenido Atractivo

- Desarrollo de contenido relevante y atractivo para el público objetivo.
- Uso de imágenes, videos y texto en la estrategia de contenido.

Módulo 5: Estrategias Integradas de Marketing Digital

Integración de SEO, Redes Sociales y Marketing de Contenidos

- Cómo combinar estrategias para obtener resultados óptimos.
- Ejemplos de campañas exitosas en el sector turístico.

Módulo 6: Aspectos Legales y Éticos

Cumplimiento Legal y Ético

- Consideraciones legales y éticas en el marketing digital.
- Protección de datos y privacidad del usuario.

Gestión de Motores de Reserva. Nivel Intermedio.

Objetivo: Mejorar la eficacia de los motores de reserva para maximizar la ocupación y las ventas.

Contenido: Técnicas de optimización de motores de reserva, análisis de rendimiento, integración.

Herramientas: BookingSuite, SiteMinder, ResNexus, otras

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos de Optimización de Motores de Reserva

Repaso de Conceptos Básicos de Motores de Reserva

- Breve recordatorio sobre el funcionamiento de los motores de reserva en la hostelería.
- Importancia de la optimización para mejorar la visibilidad y las reservas.

Principales Factores de Optimización

- Análisis de tarifas y disponibilidad.
- Estrategias de marketing y promoción.

Tipos de Motores de Reserva y Plataformas

- Evaluación de diferentes opciones de motores de reserva disponibles en el mercado.
- Comparativa de funcionalidades y características clave.

Módulo 2: Configuración del Motor de Reserva

Personalización

- Configuración detallada de tarifas
- Restricciones y políticas de cancelación.

Integración con Sistemas Externos

- Integración con sistemas de gestión hotelera (PMS) y canales de distribución.
- Automatización de procesos y sincronización de datos en tiempo real.

Módulo 3: Análisis de Datos y Optimización

Análisis básico de Datos de Reservas

- Utilización de herramientas para el seguimiento del rendimiento.
- Análisis básico de la información

Optimización Continua del Motor de Reserva

- Introducción a las tarifas dinámicas

Módulo 4: Estrategias de Marketing Integradas

Marketing Directo a Través del Motor de Reserva

- Desarrollo e implementación de campañas básicas de marketing personalizadas dentro del proceso de reserva.
- Introducción a la segmentación y targeting.

8. Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)

- Integración de sistemas CRM para la gestión integral de las relaciones con los clientes.
- Introducción de datos y seguimiento

Módulo 5: Cumplimiento Normativo y Mejora Continua

9. Cumplimiento Normativo y Protección de Datos

- Actualización sobre las últimas regulaciones y normativas en materia de protección de datos y privacidad.
- Seguimiento de medidas de seguridad y procedimientos para garantizar el cumplimiento.

Campañas básicas de Marketing Digital para el Turismo – Nivel Intermedio

Objetivo: crear campañas básicas en varios canales

Contenido: Marketing en buscadores (SEM), publicidad en redes sociales, campañas de email marketing.

Herramientas: Google Ads, Facebook Ads Manager, MailChimp

Contenidos

Módulo 1: Marketing en Motores de Búsqueda (SEM)

Introducción al SEM

- Conceptos básicos de SEM y su importancia en el turismo.
- Diferencias entre SEO y SEM.

Creación de Campañas SEM

- Selección de palabras clave relevantes para el sector turístico.
- Configuración de anuncios en plataformas como Google Ads.

Optimización de Campañas

- Análisis de métricas clave como CTR (Click-Through Rate) y ROI (Return on Investment).
- Estrategias para mejorar el rendimiento de las campañas SEM.

Módulo 2: Publicidad en Redes Sociales

Fundamentos de Publicidad en Redes Sociales

- Importancia de la presencia en redes sociales para el turismo.
- Introducción a plataformas publicitarias como Facebook Ads e Instagram Ads.

Creación de Anuncios en Redes Sociales

- Diseño de anuncios atractivos y relevantes para el público objetivo.
- Segmentación demográfica y por intereses para maximizar el alcance.

Optimización y Seguimiento de Campañas

- Evaluación del rendimiento de los anuncios en redes sociales.
- Ajuste de estrategias y presupuestos según los resultados obtenidos.

Módulo 3: Campañas de Email Marketing

Conceptos Básicos de Email Marketing

- Beneficios del email marketing en el sector turístico.
- Principales componentes de una campaña de email marketing efectiva.

Diseño y Creación de Campañas

- Creación de listas de correo segmentadas según intereses y comportamientos.
- Diseño de correos electrónicos atractivos y con llamados a la acción claros.

Uso de CRM para el Sector Turístico – Nivel Intermedio

Objetivo: Utilizar funcionalidades de CRM para mejorar la relación con los clientes.

Contenido: Segmentación de clientes, automatización de marketing, análisis de datos de clientes.

Herramientas: Salesforce Marketing Cloud, HubSpot CRM, Pipedrive, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción al CRM en el Turismo

Conceptos Básicos de CRM

- Repaso de los fundamentos del CRM y su importancia en el sector turístico.
- Beneficios del uso de CRM para la gestión de relaciones con los clientes.

Configuración de un CRM

- Configurar aspectos básicos del CRM para una empresa turística.

Módulo 2: Operativa del CRM

Gestión de Contactos y Clientes

- Captura, almacenamiento y actualización de información de clientes en el CRM.
- Organización de contactos en listas y segmentos para una gestión eficiente.

Seguimiento de Interacciones

- Registro y seguimiento de todas las interacciones con los clientes a lo largo del tiempo.
- Gestión de actividades como llamadas, correos electrónicos y reuniones.

Módulo 3: Segmentación y Personalización

Segmentación de Clientes

- Segmentación
- Utilización de criterios para segmentar la base de datos de clientes.
- Segmentación basada en comportamientos, preferencias y datos demográficos.

Personalización de la Experiencia del Cliente

- Estrategias para ofrecer experiencias personalizadas a los clientes a lo largo de su ciclo de vida.
- Uso de datos del cliente para adaptar mensajes y ofertas.

Módulo 4: Automatización básica de Procesos

Automatización de Marketing

- Implementación de flujos de trabajo automatizados para campañas de marketing.
- Automatización de correos electrónicos, mensajes de texto y notificaciones.

Automatización de Servicio al Cliente

- Configuración de respuestas automáticas y workflows para la atención al cliente.

Módulo 5: Análisis de Datos y Métricas

Análisis de Datos del Cliente

- Utilización de herramientas de análisis para comprender el comportamiento y las preferencias del cliente.
- Identificación de tendencias y patrones a través de análisis de datos.

Métricas Clave de CRM

- Evaluación de métricas clave como la tasa de conversión, el valor del cliente y la retención.
- Interpretación de informes y paneles de control para tomar decisiones informadas.

Módulo 6: Integración con Otros Sistemas

Integración con Sistemas Externos

- Introducción a la integración del CRM con otros sistemas de gestión hotelera y turística.
- Sincronización de datos entre el CRM, el PMS y los motores de reserva.

Estrategias Avanzadas de Marketing para la Industria Turística – Nivel Avanzado

Objetivo: Crear y gestionar estrategias de marketing integrales para maximizar el retorno de inversión.

Contenido: Planificación de marketing omnicanal, campañas publicitarias avanzadas, medición y análisis de resultados.

Herramientas: Hootsuite Enterprise, Google Analytics 360, Sprout Social, otros

Contenidos

Módulo 1: Planificación de Marketing Omnicanal

Conceptos Básicos de Marketing Omnicanal

- Introducción a la estrategia de marketing omnicanal y su importancia en el turismo.
- Beneficios de la integración de múltiples canales de comunicación para alcanzar a los clientes.

Desarrollo de un Plan de Marketing Integral

- Definición de objetivos de marketing claros y alcanzables.
- Identificación de audiencias objetivo y segmentación efectiva.

Selección de Canales y Plataformas

- Evaluación de canales y plataformas de marketing disponibles, como redes sociales, email, publicidad en línea y más.
- Estrategias para elegir los canales más adecuados según el público objetivo y los objetivos de marketing.

Módulo 2: Campañas Publicitarias Avanzadas

Creación de Mensajes y Contenidos Impactantes

- Desarrollo de contenido publicitario creativo y persuasivo.
- Personalización de mensajes para diferentes segmentos de audiencia.

Implementación de Estrategias Publicitarias Avanzadas

- Utilización de técnicas de segmentación avanzada para llegar a audiencias específicas.
- Configuración de campañas publicitarias en plataformas como Google Ads, Facebook Ads, etc.

Optimización Continua de Campañas

- Monitoreo regular del rendimiento de las campañas publicitarias.

- Ajuste de estrategias y presupuestos según los resultados obtenidos.

Módulo 3: Medición y Análisis de Resultados

Definición de KPIs y Métricas de Éxito

- Identificación de los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para cada canal y campaña.
- Establecimiento de objetivos medibles y realistas.

Herramientas de Analítica y Seguimiento

- Uso de herramientas de análisis web y seguimiento de conversiones para medir el rendimiento.
- Interpretación de datos y generación de informes para identificar tendencias y áreas de mejora.

Módulo 4: Optimización y Estrategias Continuas

Análisis de Retorno de Inversión (ROI)

- Cálculo y evaluación del retorno de inversión de las campañas de marketing.
- Implementación de estrategias para mejorar el ROI a lo largo del tiempo.

Estrategias de Marketing Continuas

- Desarrollo de un enfoque de marketing iterativo y basado en datos.
- Experimentación con nuevas ideas y tácticas para mantener la relevancia y la efectividad.

Gestión Avanzada de Revenue Management en Hotelería – Nivel Especializado

Objetivo: Optimizar los ingresos mediante estrategias avanzadas de revenue management.

Contenido: Análisis de datos de mercado, técnicas de fijación de precios dinámicos, herramientas de revenue management.

Herramientas: IDEaS, Duetto, RateGain, otras

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos de Revenue Management

Introducción al Revenue Management

- Definición de revenue management y su importancia en la industria hotelera.
- Principios básicos de optimización de ingresos y capacidad.

Conceptos Clave en Revenue Management

- Análisis de demanda y oferta en el contexto hotelero.
- Comprensión de la elasticidad de precios y la segmentación de mercado.

Módulo 2: Estrategias de Precios Dinámicos

Pricing Dinámico

- Implementación de estrategias de precios dinámicos basadas en la demanda y la disponibilidad.
- Utilización de herramientas de software para ajustar automáticamente los precios según las condiciones del mercado.

Optimización de Tarifas

- Técnicas para establecer tarifas óptimas en función de la demanda prevista y los objetivos de ingresos.
- Análisis de competidores y benchmarking de precios.

Módulo 3: Gestión de Canales de Distribución

Distribución Multicanal

- Maximización de la distribución de habitaciones a través de diferentes canales, como OTA, GDS y canales directos.
- Implementación de estrategias de distribución para optimizar la visibilidad y la rentabilidad.

Control de Inventario y Overbooking

- Gestión eficaz del inventario de habitaciones para evitar la pérdida de ingresos.

- Estrategias de overbooking y mitigación de riesgos.

Módulo 4: Análisis de Datos y Métricas de Desempeño

Análisis Predictivo en Revenue Management

- Uso de análisis predictivo para pronosticar la demanda y optimizar la disponibilidad de habitaciones.
- Aplicación de modelos estadísticos y algoritmos de machine learning.

Métricas de Desempeño y Reporting

- Identificación y seguimiento de métricas clave de revenue management, como RevPAR, ADR y Occupancy.
- Elaboración de informes y dashboards para evaluar el rendimiento y tomar decisiones informadas.

Inteligencia Artificial para la Predicción de la Demanda en el Turismo

– Nivel Especializado

Objetivo: Implementar soluciones de IA y machine learning para optimizar operaciones y servicios.

Contenido: Técnicas de machine learning, conceptos fundamentales de la predicción de la demanda y cómo aplicar algoritmos básicos de IA para realizar estas predicciones.

Herramientas: TensorFlow, PyTorch, Amazon SageMaker, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción a la Predicción de la Demanda

Conceptos Básicos de Predicción de la Demanda

- Definición de predicción de la demanda y su importancia en la planificación y gestión en el sector turístico.
- Ejemplos de aplicaciones de predicción de la demanda en hoteles, aerolíneas y agencias de viajes.

Tipos de Modelos de Predicción

- Visión general de los diferentes tipos de modelos de predicción utilizados en el turismo, como modelos de series temporales, regresión y redes neuronales.

Módulo 2: Preparación de Datos

Selección y Preprocesamiento de Datos

- Identificación de las variables relevantes para la predicción de la demanda.
- Técnicas básicas de preprocesamiento de datos, como limpieza y transformación de datos.

División de Datos

- Técnicas para dividir los datos en conjuntos de entrenamiento, validación y prueba.
- Importancia de la validación cruzada en la evaluación de modelos de predicción.

Módulo 3: Modelado de Predicción de la Demanda

Regresión Lineal y No Lineal

- Introducción a los modelos de regresión y su aplicación en la predicción de la demanda.
- Implementación de regresión lineal y no lineal utilizando bibliotecas de IA como Scikit-learn en Python.

Modelos de Series Temporales

- Conceptos básicos de modelos de series temporales y su aplicación en la predicción de la demanda.
- Implementación de modelos ARIMA y suavizamiento exponencial en Python.

Módulo 4: Evaluación y Mejora de Modelos

Métricas de Evaluación de Modelos

- Métricas comunes utilizadas para evaluar modelos de predicción, como RMSE, MAE y MAPE.
- Interpretación de resultados y selección del mejor modelo.

Mejora de la Precisión de la Predicción

- Técnicas para mejorar la precisión de los modelos de predicción, como la ingeniería de características y el ajuste de hiperparámetros.
- Importancia del monitoreo continuo y la actualización de modelos.

Sistemas de Gestión de Propiedades (PMS) con Herramientas Open Source (gratuitas) – Nivel Especializado

Objetivo: Implementar y gestionar un PMS utilizando herramientas de código abierto.

Contenido: Instalación, configuración y uso de un PMS open source, personalización y mantenimiento.

Herramientas: HotelDruid, OpenHotel, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción a los Sistemas de Gestión de Propiedades (PMS)

1. Conceptos Básicos de PMS

- Definición de sistemas de gestión de propiedades y su importancia en la industria turística.
- Funcionalidades comunes de un PMS y su impacto en la eficiencia operativa.

2. Ventajas de las Herramientas Open Source

- Beneficios de utilizar herramientas de código abierto en comparación con soluciones propietarias.
- Visión general de las principales herramientas open source para PMS.

Módulo 2: Instalación y Configuración de Herramientas Open Source

3. Selección de Herramientas Open Source

- Evaluación de diferentes herramientas open source disponibles para PMS.
- Consideraciones para la selección de la herramienta adecuada según las necesidades específicas del negocio.

4. Instalación y Configuración Básica

- Pasos para instalar y configurar la herramienta seleccionada en un entorno local o en la nube.
- Configuración de parámetros básicos, como tipos de habitaciones, tarifas y políticas de reserva.

Módulo 3: Gestión de Reservas y Clientes

5. Procesamiento de Reservas

- Gestión de reservas entrantes, incluyendo la creación, modificación y cancelación de reservas.
- Uso de funciones automatizadas para confirmaciones de reserva y recordatorios de pago.

6. Gestión de Clientes y Estadísticas

- Creación y mantenimiento de perfiles de clientes, incluyendo información de contacto y preferencias.
- Generación de informes y estadísticas sobre la ocupación, los ingresos y otros indicadores clave de rendimiento.

Módulo 4: Integración y Personalización Avanzada

7. Integración con Otros Sistemas

- Integración del PMS con otros sistemas y herramientas, como sistemas de gestión de ingresos, canales de distribución y sistemas de contabilidad.
- Uso de APIs y herramientas de integración para facilitar la comunicación entre sistemas.

8. Personalización Avanzada y Desarrollo de Funcionalidades Adicionales

- Exploración de opciones para personalizar y extender las funcionalidades del PMS según las necesidades específicas del negocio.
- Plugins y módulos adicionales

CRM Open Source para Hostelería – Nivel Especializado

Objetivo: Utilizar un CRM open source para mejorar la gestión de clientes en hostelería.

Contenido: Instalación, configuración inicial, gestión de contactos, automatización y análisis de datos.

Herramientas: Open CRM, Odo, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción al CRM en Hostelería

1. Conceptos Básicos de CRM

- Definición de CRM y su importancia en la industria de la hostelería.
- Beneficios de utilizar un CRM para la gestión de clientes y la fidelización.

2. Ventajas de los CRM Open Source

- Exploración de las ventajas de utilizar un CRM open source en comparación con soluciones propietarias.
- Visión general de los principales CRM open source disponibles para el sector de la hostelería.

Módulo 2: Instalación y Configuración Inicial

3. Selección y Preparación del CRM

- Evaluación de diferentes opciones de CRM open source y selección del más adecuado para las necesidades del negocio.
- Preparación del entorno y requisitos para la instalación del CRM.

4. Instalación y Configuración Básica

- Pasos para instalar el CRM seleccionado en un entorno local o en la nube.
- Configuración inicial del CRM, incluyendo la creación de usuarios y la configuración de roles y permisos.

Módulo 3: Gestión de Contactos y Clientes

5. Captura y Gestión de Contactos

- Importación de contactos existentes en el CRM y captura de nuevos contactos.
- Organización y segmentación de contactos según criterios relevantes para la hostelería.

6. Interacciones con los Clientes

- Registro de interacciones con los clientes, incluyendo llamadas, correos electrónicos y reuniones.

- Seguimiento de actividades y recordatorios para un seguimiento efectivo de los clientes.

Módulo 4: Automatización y Análisis de Datos

7. Automatización de Procesos

- Configuración de flujos de trabajo automatizados para tareas repetitivas, como seguimiento de correos electrónicos y recordatorios de seguimiento.
- Uso de reglas de negocio para automatizar acciones basadas en eventos específicos.

8. Análisis de Datos y Reporting

- Generación de informes y análisis de datos para medir el rendimiento del CRM y la efectividad de las estrategias de gestión de clientes.
- Utilización de herramientas de análisis integradas y personalización de informes según las necesidades del negocio.