



## **“Abre los ojos a la animación del hotel”.**

### **Mira el ocio como un negocio**

**Seminario dirigido a directores de hotel, jefes de animación, ejecutivos de F&B y del departamento comercial y de marketing.**

#### **Objetivos:**

1. Aprovechar las oportunidades de ocio, en busca de un mayor rendimiento.
2. Sacar más y mayor partido de un programa de animación.
3. Consolidar un equipo de animación y motivarlo a que se una a la estrategia de animación diseñada por el establecimiento.
4. Buscar fórmulas de ocio rentables en el mercado turístico.

#### **Contenido:**

1. Ocio-tipos de huéspedes: ¿cómo conocer las motivaciones de nuestros huéspedes?
2. Auditoria de calidad y de ocio: una herramienta imprescindible para diseñar una estrategia.
3. Animadores: perfil, formación y adaptación a nuevos tiempos.
4. Fórmulas de ocio: qué diferencia existe entre la animación “all inclusive” y un hotel con los servicios tradicionales.
5. Estrategia:
  - Cuando se desarrolla el marketing-mix del ocio: programa, presupuesto.
  - Se pueden conseguir resultados óptimos en: aceptación del programa, ingresos directos e indirectos, imagen consolidada e infraestructura adaptada.
  - Comunicación-mix del Ocio: 10 ideas para convertir la información en publicidad; la información continua y diversificación de canales.

- Programa de actividades:
  - (a) programa base: venta de alegría de forma continuada
  - (b) Animación nocturna: el ritmo marca la producción de los puntos de venta
  - (c) Animación infantil: la mejor forma para crear clientes repetidores
  - (d) Capacidad de reacción y adaptación
- Actividades especiales: 20 actividades rentables.
- TRABAJO EN GRUPO: Desarrollo de un caso concreto.

**Metodología:** proyección en powerpoint.

**Duración:** 2 sesiones de 3 horas o una sesión de 5 horas.