

Categorías: Hostelería y turismo

OBJETIVOS

Analizar el sector de la pastelería y definir el posicionamiento del establecimiento, interpretando las variables que lo configuran y explicando la situación actual y las tendencias que se detectan. Analizar los procesos de información, asesoramiento y venta, y aplicar en ellos los procedimientos y las técnicas de atención al cliente y de comunicación adecuados, como elemento básico para el logro de los objetivos empresariales. Desarrollar acciones promocionales aplicables a establecimientos de producción y venta de productos de pastelería, aplicando técnicas de marketing.

CONTENIDOS

UD1. Venta de servicios en pastelería. 1.1. Clasificación y características de los servicios en pastelería. 1.2. Identificación de las fuentes informativas de la oferta de pastelería. 1.3. EstTemaio y análisis del entorno. 1.4. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación según nuestro objetivo. 1.5. Estrategias para la fijación de precios. 1.6. Tipos de servicios que se pueden ofertar. UD2. Análisis de la situación en el sector de la pastelería. 2.1. EstTemaio y análisis de situación del mercado. 2.2. Análisis del sector de restauración. 2.3. Tipos de investigación de mercado. 2.4. Posicionamiento de una empresa de pastelería. UD3. Comunicación, marketing y ventas en pastelería. 3.1. EstTemaio las necesidades y deseos del cliente en segmentos bien definidos del mercado. 3.2. Comunicación interpersonal y sus tipos. 3.3. Análisis de las necesidades humanas y la motivación. 3.4. Evaluar y medir la imagen de la empresa y la satisfacción del cliente. 3.5. Motivación a todos los departamentos. 3.6. Estructura C.R.M. (Customer Relationship Management). 3.7. Marketing. 3.8. Elementos de merchandising en pastelería. 3.9. Estructura de un plan de marketing.

