



O marketing é a área responsável pelo planeamento estratégico de ações que visem aumentar o conhecimento da marca, bem como melhorar a sua imagem no mercado, atrair e fidelizar clientes. Por sua vez, a área de vendas é responsável por colocar em prática as estratégias definidas conjuntamente com o marketing, sendo que ambas as áreas possuem um papel essencial para a perpetuidade de qualquer empresa, incluindo dos hotéis.

Nos últimos anos, com a complexidade dos sistemas de vendas, aumento do número de intermediários e explosão da Internet, a área de vendas e os profissionais de vendas têm a necessidade constante de evoluir. Passaram a dominar não somente as técnicas tradicionais de vendas, mas também incorporar *expertise* que hoje chamamos de distribuição. Dominá-la significa vender mais (ocupação) e vender melhor (RevPar - receita média por quarto vendido).

Com esta ação pretende-se entender a importância da distribuição na hotelaria, fazendo uma breve análise dos principais canais de distribuição e o que implica a sua gestão e desenvolvimento: distribuição direta e indireta. Em paralelo, pretende-se dar a conhecer as principais tendências na distribuição, analisando o seu potencial impacto na indústria hoteleira.

Conteúdo Programático

- 01 > Estrutura e importância da distribuição hoteleira
- 02 > Distribuição Direta
 - Análise de cada canal: principais características
 - Como otimizar o canal e tendências do mercado
- 03 > Distribuição Indireta
 - Análise de cada canal: principais características
 - Como otimizar o canal e tendências do mercado

Formador | Filipa Jordão

Data | 06 de fevereiro de 2020

Horário | 14h30 às 18h30

Local | Escola de Hotelaria e Turismo de Lisboa

Rua Saraiva de Carvalho, 41 - Lisboa