

CURSO ESPECIALIZADO DE GASTROMARKETING



La fusión entre el marketing,
la innovación y la gastronomía

Inscripción

DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO

El **GastroMarketing**, una figura en boga en estos últimos años, no es sino una nueva definición de aquél Marketing tradicional que abordaban los establecimientos tradicionales, pero con una "nueva pata" en la que apoyarse, la "pata digital", conformada por la página web y más recientemente por las redes sociales.



DESCRIPCIÓN DE GASTROMARKETING

Gastromarketing es más que marketing gastronómico; une marketing, innovación y gastronomía en un mismo concepto. Con esta modalidad se quiere ayudar a las empresas de hostelería y gastronomía a mejorar y actualizar la manera de llevar su negocio.

Además esta nueva pata, más “larga” en casi todos los casos, ha ampliado el elenco de actores a tener en cuenta:

- Productores, que publicitan sus productos mucho más allá de la TV o los lineales de los supermercados
- Prescriptores de los productos, en muchos casos influencers cuyas audiencias superan con creces a las de los medios convencionales
- Aficionados y/o potenciales clientes de los restaurantes o afines a todo lo largo y ancho del mundo, más allá de los límites de un barrio o ciudad

En este curso no pretendemos alterar la esencia, la filosofía ni la Imagen de los productos o establecimientos; entendemos que para llegar a estar ahí ha sido precisa una base

- Calidad o una adecuada relación calidad/precio
- Personal capacitado
- Atención al cliente
- Diferenciación de la competencia
- Buen posicionamiento geográfico/distribución
- Y así un largo etcétera

Tan solo afectaremos a los ámbitos digitales, que en sí son suficientemente amplios y en la actualidad casi imprescindibles para lograr una proyección amplia y mejorar los resultados de la empresa o establecimiento. A lo largo de la acción formativa abordaremos:

1. Las diferentes redes sociales y sus características relaciones con los establecimientos.
2. La Escucha Activa como herramienta para: a. Incidir en los públicos adecuados y atraerlos b. Obtener feedback y extraer sugerencias que nos ayuden a mejorar c. Extender la Atención al Cliente a los ámbitos digitales
3. La Geolocalización como arma para el Marketing Gastronómico
4. La página web como expositor y punto de venta de nuestros productos (no se abordará el planteamiento del comercio electrónico ya que entrar en este área requiere un planteamiento muy alejado al troncal del curso)

Inscripción

Duración, precio, grupos e inscripciones



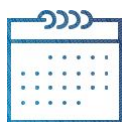
La duración del curso será de 10 horas.



La formación se impartirá del 5 al 9 de agosto de 2019.



Los grupos serán de entre 8 y 15 personas.



Inscripciones abiertas hasta el 22 de julio.



Precio 85 €.

