

CREACIÓN DE EVENTOS Y CONVENCIONES

MODULO 4

OPERACIÓN DE EVENTOS



Administracion.cl
CAPACITACION ONLINE

ConventionBureau.cl
By Lowcost.cl

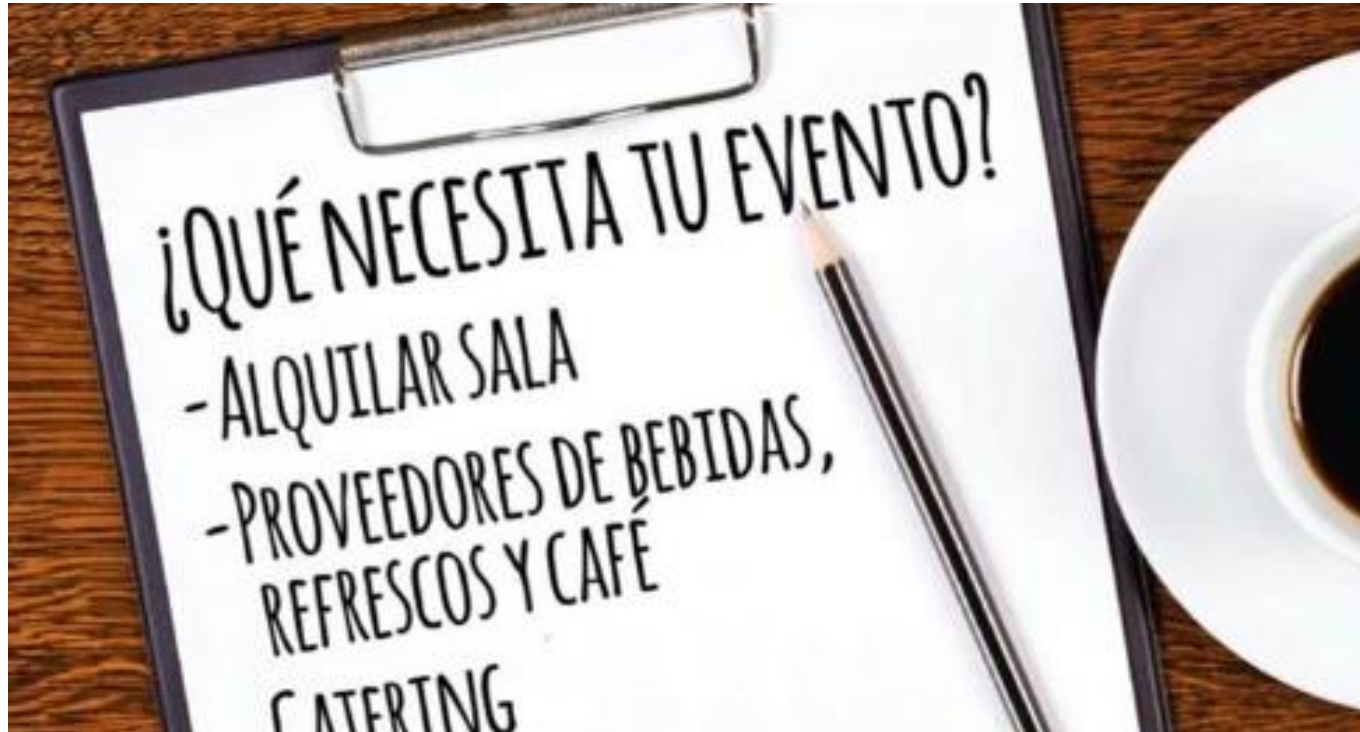
CONTENIDOS

4.1 Aspectos clave para la operación de eventos

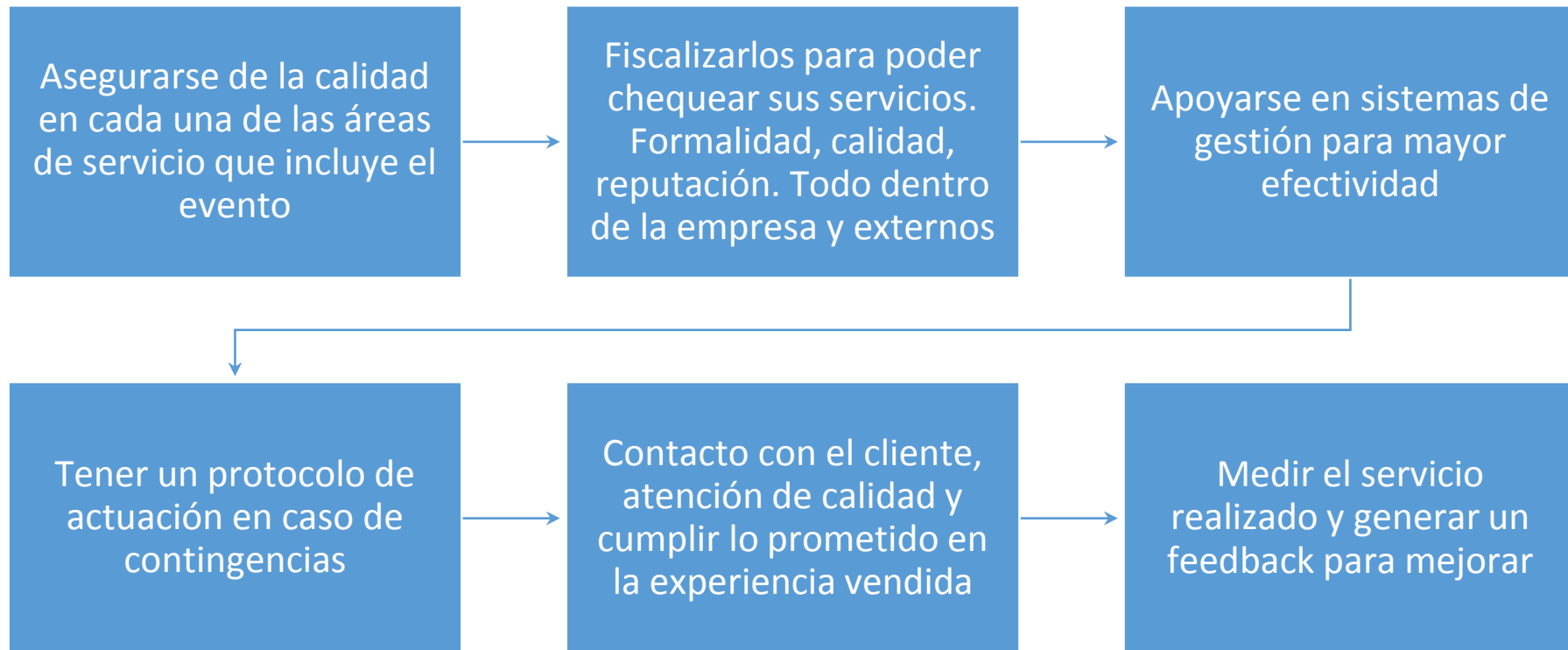
4.2 Paso a paso en la operación de eventos

4.3 Mejora continua y retroalimentación

4.1 Aspectos clave para la operación de eventos



Ámbitos básicos para la operación de eventos



4.2 Paso a paso en la operación de eventos



Pasos básicos de la operación turística



En todos los pasos se tiene contacto con el cliente

Es necesario generar un proceso completo de cómo se trabajará cada paso de la operación

Tener un procedimiento en caso de contingencias

Tener en cuenta las normativas adecuadas según el tipo de evento a operar

Aspectos a tomar en cuenta por los pasos de la operación de un evento

Cotización y consultas

- En el proceso de venta, una vez se genera un interés concreto se produce una cotización para concretar los servicios requeridos y considerar condiciones
- Estas cotizaciones son revisadas hasta concretar el evento

Reserva

- Con el evento concreto se procede a realizar la reserva. Esto conlleva un envío de un documento más formal donde se indica el detalle de la reserva y condiciones a tomar en cuenta.

Prepago inicial

- En la mayoría de los alojamientos, se generan políticas de prepago parcial del evento, para poder comprar lo necesario en alimentación y asegurarse la concreción en un porcentaje razonable. Suele solicitarse de un 30 a un 50% del monto total del evento.

Modelo de cotización de evento

- Producto a Cotizar
- Empresa a la que va dirigido
- Personas totales
- Fecha evento
- Contacto de la empresa
- Saludo y explicación de lo que se está cotizando
- Que incluye (detalles en el caso de las comidas o salones)
- Detalle del alojamiento (si incluye)
- Condiciones detalladas
- Vigencia de la cotización
- Contacto alojamiento
- Datos de transferencia bancaria para reserva

Modelo de formulario de reserva (interno en el hotel)

- Nombre del evento a realizar
- Datos del cliente
- Datos del evento: Salón, Montaje, servicios de comidas con horarios y detalle, estacionamientos, observaciones.
- Menú de platos fríos
- Menú de platos calientes
- Bar
- Personal necesario
- Big Four (mantelería, loza)
- Montaje con detalle: día, hora, salón, tipo, observaciones
- Flores o jardín (si aplica)
- Notas

Consultas y envío de información

- Desde la reserva hasta el evento pueden haber consultas y dudas por parte del cliente, que deben ser resueltas.

Posibles modificaciones y anulaciones

- Antes de la fecha del evento pueden surgir algunas modificaciones de los servicios, sumando o restando algunos, y deben ser acorde a las condiciones de la reserva y días de antelación con que se realizan.

Disfrute del evento

- Una vez llegada la fecha del eventos, se ejecutan los servicios tal cual se definen en lo acordado. En el momento de la verdad con el cliente donde debe todo realizarse según lo definidos en el alojamiento.
- Se deberá considerar una medición de satisfacción del cliente con los servicios

Modelo de políticas de eventos

- Condiciones de reserva: condiciones para confirmar un evento, tiempos de reserva y pagos asociados
- Políticas de pagos: porcentajes de pagos en tiempos límite para ejecutarlos.
- Cambios y anulaciones: en qué ámbitos se permite el cambio, que tipos de cambio y penalizaciones si procede (fecha de anticipación y porcentaje de penalización)
- Horarios de entrada y salida del alojamiento
- Condiciones generales: mascotas, toallas, documentación necesarias, etc.

Modelo de encuesta de satisfacción

- Explicar el objetivo de la encuesta y poner en contexto para las respuestas adecuadas.
- Indicar que puntuación y rango se toma en cuenta (por ejemplo: muy malo, malo, regular, bueno, muy bueno)
- Ámbitos de evaluación: atención al cliente, limpieza, habitaciones, baños, salones, iluminación, servicio alimentos y bebidas, implementos en el salón, cumplimiento de horarios, calidad de la comida.

Pago del saldo y facturación del evento

- Una vez celebrado el evento se procede a cobrar el resto del saldo pendiente para enviar la factura al cliente.
- Según las políticas, se puede cobrar todo antes de la realización, pero por lo general es post término.

Post Venta

- Días posteriores al evento, se pondrá en contacto con el cliente para obtener información acerca de las opiniones que podemos ver en el resultado de las encuestas, pero además mantiene la relación con el cliente y lo fideliza para próximos eventos.

4.3 Mejora continua y retroalimentación



Calidad en el turismo

- El concepto de calidad es bastante subjetivo en cuanto a percepción del servicio recibido se refiere, dado que lo que es calidad para unos, para otros no lo es. Recordemos que **calidad es igual a “expectativas vs servicio recibido”**, y tengamos en consideración que el turismo es netamente un servicio y existen varios indicadores para medir la calidad del mismo.
- Dentro de la calidad existen dos aspectos importantes a considerar (expectativas y servicio recibido), las expectativas son una variable independiente, es decir que no la podemos controlar, dado que el cliente puede crearlas conforme a lo que ve y asume que va a recibir. Por otro lado, el servicio recibido; ésta variable es dependiente, **como prestadores de servicios, debemos prever brindar un servicio de calidad o al menos como el cliente lo espera.**
- (Fuente: <https://www.entornoturistico.com/la-calidad-en-el-turismo/>)



El Sello de Calidad Turística es un distintivo que se le otorga a todos los y las prestadores(as) de servicios turísticos que están certificados en alguna de las 49 normas de calidad turística.

¿Cómo reconozco el Sello de Calidad Turística?

La forma que tienen los y las turistas para reconocer el Sello de Calidad Turística es por medio del certificado que deben tener los y las prestadores(as) de servicio turístico en un lugar visible dentro de sus establecimientos, el cual se representa en la letra «Q» de calidad dentro de un lienzo color ocre, como en el siguiente ejemplo:

El Sello de Calidad Turística es significado de confianza, transparencia, seguridad, satisfacción de expectativas y mejoras del servicio.

- Confianza de recibir el servicio tal como fue contratado.
- Transparencia de saber qué elementos en específico puede ofrecer cada prestador de servicio turístico.
- Seguridad de que responden ante algún accidente o algún problema durante el servicio.
- Satisfacción, ya que cumple con las expectativas de los clientes .

(Fuente: <http://www.calidadturistica.cl/el-sello-de-calidad/>)

En todo proceso de operación se requiere mejora continua

La Mejora continua es un método para que sumado a la calidad lograda lleva a la excelencia. Algunos autores que definen la mejora continua son:

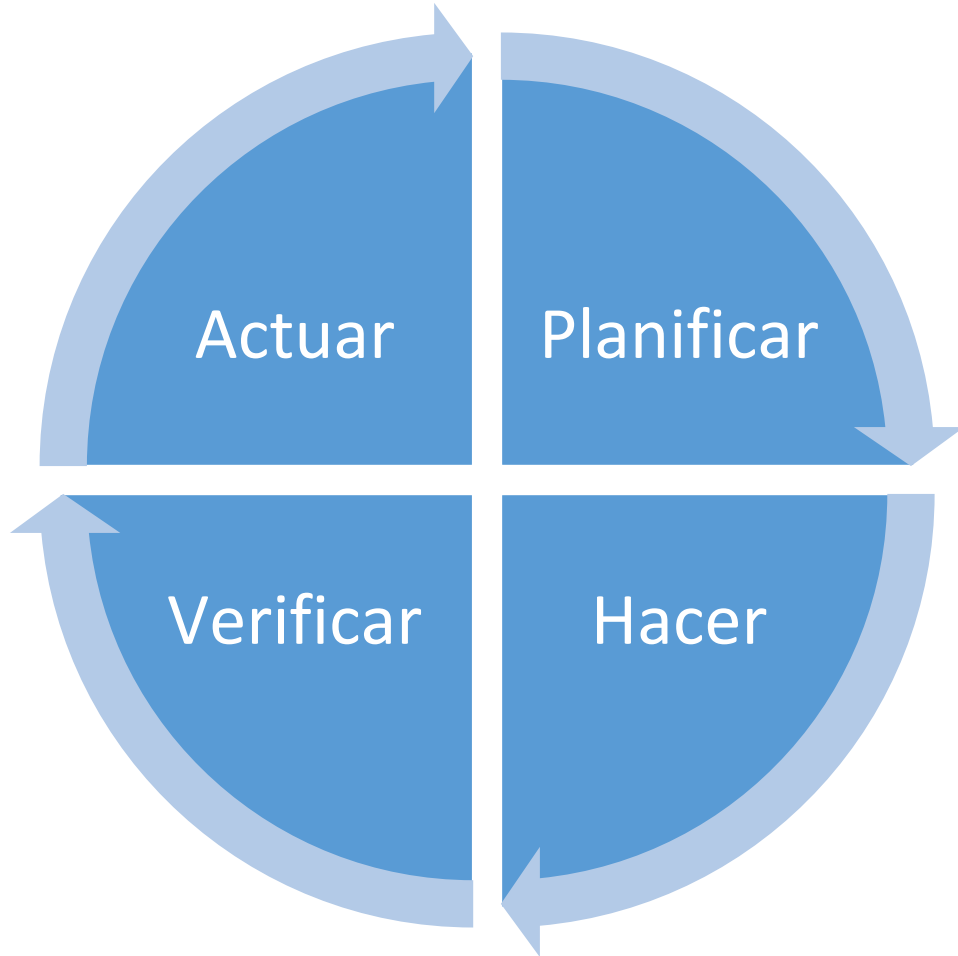
DEFINICIONES:

James Harrington (1993): La mejora continua se trata de mejorar un proceso, cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del tipo de asignación que le otorgue el empresario y del proceso.

Gutierrez (2010): La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando las causas o restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño.



Herramientas para la mejora continua



- Ciclo PHVA (Deming)
- - Se desarrolló en los años 50 y en la actualidad sigue vigente
- - Es la herramienta principal utilizada para la mejora continua
- - Principales beneficios de estas herramientas:
 - Mayor participación de mercado
 - Optimiza costos
 - Mejora rentabilidad
 - Mayor productividad en la empresa