



¿Por qué hay conceptos de hostelería que sí triunfan?

La satisfacción del consumidor es la clave del éxito

25 abril, Madrid

El diseño y usabilidad del local, la ambientación, la oferta, una buena relación calidad – precio y, sobre todo, un buen servicio al cliente, son algunas de las variables que hacen que un concepto de hostelería sea un éxito o no.

375€ (+21% IVA) por inscrito.

Descuento del 20% a partir del 2º inscrito de una misma empresa.

Ser competitivo hoy no es una opción sino una necesidad, conozca con esta jornada las respuestas a:

- ¿Qué valora exactamente el consumidor cuando entra en un local de hostelería?
- ¿Cuáles son las claves de una conceptualización del negocio óptima?
- ¿Dónde se puede mejorar en el servicio al consumidor?
- ¿Cómo conseguir que el equipo en el local potencie las ventas?

De la mano de varios expertos que han analizado las necesidades del consumidor fuera del hogar y a través de la experiencia de varias compañías de este sector, profundizaremos sobre cómo es posible y necesario trabajar en el nuevo cliente para tener un concepto de éxito.





Horario:

- 10:00h. a 15:00h.

Programa:

Bienvenida y presentación de la jornada

Construir el entorno

■ **Cómo construir una experiencia positiva para el consumidor**

Analizaremos la importancia de detectar los factores del entorno que más valor tienen para el consumidor de hostelería y conoceremos los resultados de algunos estudios de casos reales realizados en este sector por el Instituto de Biomecánica de Valencia (IBV).

Javier Ferrís, Director de Innovación de Mercado

Turismo y Ocio. **Instituto de Biomecánica de Valencia**

Cuidar el servicio

■ **¿Cómo mejorar el servicio al consumidor en los locales?**

De la mano de uno de los máximos expertos en este campo, descubriremos cuáles son los principales puntos de mejora del servicio al cliente y cómo aprovechar todas las oportunidades de venta en los establecimientos.

Doménec Biosca, Presidente de la **Asociación de Expertos y Directivos de Empresas Turísticas**

■ **Diferenciarse a través de la atención a targets específicos**

Confortel ha logrado la excelencia en el servicio hacia clientes con necesidades especiales. Cómo adaptar el servicio para diferenciarse y triunfar.

José Ángel Preciados, Director General de **Confortel Hoteles**

■ **"Hacerle sentir único y bien atendido, ¿cómo conseguirlo?"**

Desde sus orígenes, Starbucks ha sido líder en el mimo al cliente: cafés personalizados, una sonrisa permanente o un espacio con valores y experiencias singulares. Su Director General nos contará cuáles son las claves para

diferenciarse de otras compañías y cómo mantener una filosofía del servicio enfocada al consumidor y al éxito.

Álvaro Salafranca, Director General. **España STARBUCKS**

Coffee-Break

Acertar en la oferta

■ **El mejor producto sin el entorno adecuado no funciona, ¿cómo acertar en la oferta?**

Mamá Framboise sabe cómo transmitir experiencias: lleva al consumidor a la mejor Boulangerie/pâtisserie francesa en el centro de Madrid. Conoceremos de la mano de su creador el secreto del éxito de este concepto.

Alejandro Montes, Mejor Pastelero Joven Español, Socio Fundador y Chef de **Mamá Framboise**

Orientarse a las ventas

■ **¿Qué papel juega el equipo para potenciar las ventas?**

Concienciar al equipo de sala para el logro de objetivos es una de las vías para crecer. Áreas, ha puesto en marcha un proyecto para ello. ¿El resultado? Un programa exitoso que ha permitido incrementar el ticket medio de esta compañía.

Jaime Barbanoj, Subdirector Compras y I+D de **ÁREAS**

■ **Mesa de debate ponentes –asistentes. Algunos de los temas de discusión:**

Con la participación de Emilio Gallego, Secretario General de **FEHR**

- ¿Qué estamos haciendo bien y qué queda por hacer?
- El valor de la colaboración con proveedores para generar nuevas experiencias.
- La hostelería del futuro.

Fin de la jornada y cóctel

Dirigido a:

- Operadores y Fabricantes del sector Horeca.
- Dirección General, de Marketing, Comercial (fabricantes) y Recursos Humanos de empresas de restauración y hoteleras.

 BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN AECOC JORNADAS 2013

¿Por qué hay conceptos de hostelería que sí triunfan? La satisfacción del consumidor es la clave del éxito

Envíe el siguiente boletín al fax 93 280 21 35 o al mail: formacion@aecoc.es

Recibirá respuesta por e-mail confirmando plaza e indicando el lugar de celebración.

Empresa: NIF:

Dirección:

Población: Código postal:.....

Teléfono: Fax:

Asistente 1:

e-mail: Cargo:

precio de la inscripción: 375€ + 21% IVA

Asistente 2:

e-mail: Cargo:

precio de la inscripción:

Persona que hace la inscripción y e-mail:

Importe total de la inscripción: + 21%IVA=

- Pago por transferencia a la cta. Nº 0049-1806-90-2211869811
- Debe adjuntarse a este boletín el comprobante de la transferencia indicando nombre del asistente, y fecha del mismo.
- No se formalizará la inscripción hasta no haber recibido este boletín cumplimentado junto con el comprobante de la transferencia.
- No se reintegrará el importe del curso por cancelación de la asistencia en las 72 horas anteriores al mismo.
- Firma y sello de la empresa:

Sus datos de contacto aquí recogidos se incluirán en la base de datos de AECOC.

Si no desea que la usemos para facilitarle información sobre nuestros servicios marque esta casilla
y envíenos este boletín debidamente cumplimentado.