

PROGRAMA DE FORMACIÓ ONLINE

ESTRUCTURACIÓ I CREACIÓ DE PRODUCTE TURÍSTIC A LES PLATGES de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre



Entre el 29 de gener i el 22 de març
De 9:30 a 13:30h / 10 sessions

Organitza:

PECT turístIC en família.
Operació Platja Innovadora

 Diputació Tarragona

 turístIC
en família

 COSTA DAURADA

 TERRES DE L'EBRE

 Generalitat
de Catalunya

 Unió Europea
Fons Europeu
de Desenvolupament Regional

Operació Platja innovadora PECT TurístIC en Família

#TurisTICenFamília #CostaDaurada #TerresdelEbre #PlatjaInnovadora @Dipta_cat #fonsUECAT #PECT #TurismeDipta

PRESENTACIÓ

El Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona dins el projecte PECT TurisTIC en família i a través de l'Operació Platja Innovadora, organitza un nou programa de formació online adreçat al sector turístic de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre amb la voluntat de contribuir a l'increment de la competitivitat dels municipis litorals en entorns volàtils, complexos, incerts i ambigus com els que estem vivint.

És per aquest motiu que hem dissenyat un programa formatiu online per donar resposta a aquesta incertesa i ser capaços de generar serveis i productes turístics adreçats al públic familiar posant als infants al centre de l'experiència.

Aquesta formació, esdevé un itinerari on mitjançant tallers molt pràctics adreçats a empresaris i institucions del sector turístic, es seguirà pas a pas, des de la creació d'experiències turístiques, fins a la seva posada en el mercat i comercialització. S'oferiran un conjunt d'eines molt pràctiques que permetran generar idees per a diversificar, adaptar la nostra oferta i proposar-la al mercat amb coherència i efectivitat.

Els participants generaran durant el curs la seva pròpia experiència i aprendran mètodes i tàctiques perquè aquesta tingui els ingredients de l'èxit que necessita el nou perfil de consumidors.

Guiats per uns excel·lents professionals i formadors que aportaran el seu coneixement i experiència professional, us oferim la possibilitat de conèixer noves tendències i noves oportunitats de negoci amb l'objectiu que cadascun dels participants adquireixi la capacitat i la metodologia per fer front a qualsevol repte present i futur.

- **L'itinerari formatiu està distribuït en 10 mòduls**, que pretenen resseguir el procés de creació i comercialització del producte. Recomanem que es realitzi amb l'ordre corresponent, encara que molts dels mòduls poden ser consumits també de manera individual.
- En acabar les sessions, als participants que mostrin interès, se'ls oferirà una sessió de consultoria individualitzada dels seus plans de màrqueting amb el Jaume Marín i la Montse Peñarroya. **(PLACES LIMITADES)**.

PLA FORMATIU

MÒDUL 1. Introducció i Transició de la digitalització a la transformació Digital - Data: 29 de gener de 9:30h a 13:30h

En un entorn, que els experts denominen VUCA, és a dir Volàtil, Incert, Complex i Ambigu, la innovació esdevé una de les principals estratègies per al sector turístic. El nous perfils de client, evidencien noves necessitats que els negocis i destinacions turístiques han d'anticipar, i poder satisfer. El disseny de nous productes i experiències ens permetran oferir nous arguments de venda i comercialització als nous clients, i oferir-los un benefici més rellevant. A més, estem en un mercat amb híper competència, on l'oferta per als viatges és casi il·limitada, i la innovació és el que ens ha de permetre diferenciar-nos.

Com a destinació, i també com a negoci turístic, tenim els reptes de la revolució tecnològica, així com de la sostenibilitat.

A la segona part de la sessió veurem què entenem per digitalització d'una organització, què entenem per transformació digital i com podem dur-les a terme. També analitzarem quins són els factors clau d'èxit de les organitzacions que aconsegueixen realitzar aquest canvi.

- **Objectius:** Entendre la necessitat d'innovar, conèixer nous perfils de viatgers i saber com desenvolupar un Business Model Canvas per a la nostra destinació i negoci.

També pretenem que els participants s'adonin dels diferents components d'una organització que es poden digitalitzar i que compreguin que aquesta adaptació no té perquè ser un procés disruptiu sinó que pot ser seqüencial i anar-se desenvolupant mica en mica. Un altre objectiu és aconseguir que les bones pràctiques explicades en l'adaptació de cada un d'aquests components serveixi d'inspiració per a realitzar les adaptacions que seran necessàries en la nostra organització.



PROFESSORAT



Jaume Marín



Montserrat Peñarroya

MÒDUL 2. Turisme familiar a les destinacions de costa i serveis de les platges - Data: 1 de febrer de 9:30h a 13:30h

En aquest bloc s'aprofundirà en primer lloc, en les característiques del turisme familiar i de les respostes que tenen les destinacions de litoral per a satisfer la demanda d'aquest segment. Es tracta d'un turisme que ha evolucionat enormement en molts dels elements de comercialització o promoció, però també en la pròpia essència del segment: la família. L'índex de continguts estarà configurat per les característiques de l'oferta; el tipus de demanda i segmentació; i promoció i comercialització.

En un segon bloc, es treballarà el concepte de la platja com a espai clau en les propostes de les destinacions turístiques pel turisme familiar i també per a les empreses privades que volen segmentar les seves propostes en aquest segment i troben en les platges l'entorn oportú per a realitzar-les. L'índex de continguts se centrarà en un sol apartat: Requisits i serveis de les platges.

→ Es treballarà amb una metodologia de sessió teòrica que es combinarà amb parts més aplicades de treball per part dels assistents.



PROFESSORAT



Marc Grijalvo



Jaume Marín

MÒDUL 3. Taller: Sessió de Creativitat i Ideació d'un producte per a turisme familiar

- **Data:** 3 de febrer de 9:30h a 13:30h

Aquest serà un mòdul pràctic en el que analitzarem les variables que ens fan ser més creatius i explicarem i posarem en pràctica algunes tècniques de creativitat per generar idees per, en aquest cas, crear productes turístics reals.



PROFESSORAT _____



Jordi Reixach

MÒDUL 4. *Copywriting* per a productes turístics

- **Data:** 8 de febrer de 9:30h a 13:30h

En aquesta sessió aprendrem què és el *copywriting* i les funcions del *copywriter*, així com els conceptes bàsics de la psicologia humana, les emocions, el mapa d'empatia, com ens comuniquem a través de les paraules i de les històries. Descobrirem algunes aplicacions del *copywriting* per a la publicitat dins del màrqueting de continguts o per les pàgines web pròpies. Veurem alguns principis clau com la rellevància i la notorietat, els títols atractius i algunes paraules màgiques. Aprofundirem en els 6 principis de la influència (persuasíó) de Robert Cialdini. Aprendrem com crear textos que enamorin pels nostres blogs i per a les xarxes socials, i descobrirem unes quantes eines imprescindibles per a poder crear textos que persuadeixen i captivin per a vendre millor, i alhora llistarem algunes frases que hauríem d'evitar en el *copywriting*. Finalment, farem alguns exercicis pràctics perquè els assistents porteu a la realitat la vostra marca.

→ **Objectius:** què és el *copywriting*, el *copywriter*, els seus usos i conceptes bàsics, la persuasíó com a eina imprescindible per a captivar i vendre, com crear textos que enamorin pels seus blocs, webs i xarxes socials.

PROFESSORAT



Èlia Guardiola

MÒDUL 5. Taller: Sessió d'Innovació i Design Thinking

- Data: 17 de febrer de 9:30h a 13:30h

Segona sessió de creativitat, en la qual explicarem i aplicarem la metodologia d'innovació Design Thinking, radicalment centrada en el client, i que ens servirà com a eina per a desenvolupar productes o serveis pel nostre públic objectiu.



PROFESSORAT



Jordi Reixach

MÒDUL 6. Fotografia i Vídeo

- **Data:** 26 de febrer de 9:30h a 13:30h

INTRODUCCIÓ

- 1) “Una imatge val més que mil paraules”
- 2) La Fotografia és un llenguatge
- 3) L'emissor i el receptor no sempre veuen la mateixa foto
- 4) La vista ens enganya!!!

EL CONTINGUT AUDIOVISUAL A INTERNET

- 5) La indexació del contingut audiovisual
- 6) Vídeo vertical, Stories, Instagram, Webs, Youtube

LES EINES

- 7) L'Smartphone com a eina creativa per generar foto i vídeo

LES TÈCNiques

- 8) Domina el teu Smartphone i fes millors fotos
 - Zoom
 - Compensar Exposició
 - Enfoc
 - Flash
 - Composició, retrat i HDR
 - Horitzó
 - Punt de vista
 - Llum, moment, composició
- 9) Edició de les fotos per Instagram

BACKUP DE LES NOSTRES FOTOS

- 10) Clouds vs. disc dur

EINES INTERESSANTS PER LA CREACIÓ DE CONTINGUT AUDIOVISUAL

- 11) Spark, Snapseed, Lightroom Mobile, Podcast, etc.

- **Objectius:** comprendre la importància de la imatge, del seu llenguatge i interpretació per comunicar productes i serveis. Aprendrem com ens ajuden a posicionar les marques, blogs o webs a internet, les eines i les tècniques per a realitzar fotografies i editar-les, així com algunes eines que ens ajudaran a crear continguts audiovisuals atractius.



PROFESSORAT



Joan Vendrell

MÒDUL 7. *Storytelling i storydoing*

- **Data:** 1 de març de 9:30h a 13:30h

En aquest mòdul aprendrem què és realment l'*storytelling* i la narrativa. Com a través dels anys s'han posat tant de moda, malgrat ser amb nosaltres durant segles, convertint-se en dues eines súper poderoses per a les nostres estratègies de Màrqueting, Comunicació i Publicitat. Formularem preguntes compromeses on la resposta l'hauran de donar els participants en base als seus objectius de negoci, marca personal i corporativa. També descobrirem alguns punts claus per a crear un *storytelling* òptim, i veurem com actua l'*storytelling* al cervell, convertint-se en una eina d'estimulació, persuasió i motivació per als consumidors. Finalment, descobrirem l'ús de l'*storytelling* i la narrativa en l'Era Digital en la qual vivim; perquè no es tracta només d'explicar històries i d'escriure textos persuasius, sinó d'aconseguir persuadir, motivar i enamorar als usuaris amb les nostres paraules i fets. Aprendrem a usar el *Visual Data Storytelling*, com aconseguir que les dades no siguin avorrides i que siguin entenedores a través dels dissenys sensorials i intuïtius per a les corporacions.

- **Objectius:** aprendre a formular les preguntes correctes per a començar a crear el nostre propi Storytelling, punts claus per a crear el millor storytelling a través de la narrativa i la comunicació persuasiva, com utilitzar la narrativa per a persuadir i convertir textos que motivin a l'acció, ja siguin vendes, nous leads, ampliar l'audiència, subscriure's a les nostres plataformes o saber-ne més de la nostra marca per a comunicar a través de la intel·ligència emocional i què és el Visual Data Storytelling.



PROFESSORAT



Èlia Guardiola

MÒDUL 8. Nous models de negoci disruptius i eines innovadores de promoció - Data: 8 de març de 9:30h a 13:30h

En aquesta sessió farem una breu definició del que són els models de negoci i en farem ús (CANVAS, Cercle de Producte Turístic), comprendrem què és la innovació disruptiva (esquemes i components, diferència amb la innovació clàssica), analitzarem en quins punts podem innovar en el nostre model de negoci; veurem tendències, exemples d'idees d'innovació disruptiva per a destinacions, tour operators, allotjaments (models de negoci disruptius en producte, comercialització i promoció). Per finalitzar, realitzarem una activitat d'innovació amb els participants (a presentar al mòdul 10).

→ **Objectiu del mòdul:** estimular la innovació disruptiva de models de negoci del sector turístic de les destinacions Costa Daurada i Terres de l'Ebre.



PROFESSORAT



Gustavo Bassoti

MÒDUL 9. Estratègies Online per a la comunicació i comercialització del producte turístic

- Data: 15 de març de 9:30h a 13:30h

9.1. Eines bàsiques en la comunicació online: SEO (posicionament natural als cercadors), SEM (posicionament de pagament als cercadors), publicitat a les xarxes socials, presència natural a les xarxes socials, email marketing /whatsapp marketing i la presència en portals d'intermediació /directorís online.

9.2. La creació de continguts a la xarxa: Content Marketing. Quins continguts interessen a la nostra audiència, com podem crear-los, en quin format ho podem fer, on donar-los a conèixer i quan donar-los a conèixer.

9.3. Creant el teu pla d'acció online: metodologia SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action i Control).

→ **Objectiu del mòdul:** l'objectiu final del mòdul 9 és que els participants siguin capaços de crear el seu pla d'acció online, entendre cada una de les tècniques bàsiques del màrqueting digital i estar capacitats per executar el pla o al menys, per supervisar la seva execució per part d'una agència especialitzada.

PROFESSORAT



Montserrat Peñarroya

MÒDUL 10. Tècniques de màrqueting online, *Benchmarking* i casos d'èxit - Data: 22 de març de 9:30h a 13:30h

Finalitzarem la formació amb una sessió que consta de dues parts.

- A la primera part farem un repàs de totes les tècniques i estratègies que podem utilitzar per aportar trànsit a les nostres webs: SEO, SEM, publicitat, xarxes socials, email marketing, whatsapp marketing, etc.
 - A la segona part, presentarem casos d'èxit d'innovació de negocis que ens serviran d'inspiració, i farem una breu exposició o presentació dels productes creats pels participants (del mòdul 8). Benchmarking d'innovació en turisme sostenible.
- **Objectiu del mòdul:** generar interès i confiança en el sector turístic per a la innovació en els models de negoci del sector turístic de les destinacions Costa Daurada i Terres de l'Ebre.

PROFESSORAT



Jaume Marín



Montserrat Peñarroya



Gustavo Bassoti

FORMAT DE LES SESSIONS

Les sessions seran online, i s'utilitzarà la plataforma Zoom. En total es realitzaran 40 hores de formació dividides en 10 sessions de 4 hores cadascuna.

PROFESSORAT DOCENT



Jaume Marín

DIRECTOR I COORDINADOR
DEL PROGRAMA

 www.linkedin.com/in/marinjaume/

- Expert en màrqueting turístic i de destinacions.
- Apassionat en la innovació i la creació de valor a través d'experiències memorables.
- Docent a la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona i al CETT de Barcelona.
- Corporate Business Developer al CETT Barcelona.
- Consultor turístic especialitzat en la creació de producte, comunicació i comercialització, així com en la gestió de destinacions.
- Conferenciant internacional.
- Anteriorment Director de Màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, PGA - Golf Catalunya i Empordà Golf Resort.
- Va treballar a Escòcia en el màrqueting de l'esport i atletes a The Scottish Sports Council.
- Creador d'experiències promocionals innovadores com Tastemotion o Eurofoodtrip, amb diferents premis i coneixements internacionals.
- Nedador d'aigües obertes.



Gustavo Bassoti

PROFESSOR DOCENT

 www.linkedin.com/in/gustavo-bassotti-4a0b7014/?originalSubdomain=es

- Gestor de màrqueting i desenvolupament de turisme sostenible i de natura, amb més de 20 anys d'experiència en l'operació i estratègia del turisme.
- Ha treballat en múltiples geografies (Àsia, Europa, Amèrica, Àfrica, Oceania), i conegut pràctiques turístiques en més de 50 països.
- Visió de turisme sostenible, especialitzat en desenvolupament de productes turístics en àrees de natura, màrqueting turístic i comercialització, turisme sostenible, accessibilitat i reducció de la pobresa a través del turisme.


Èlia Guardiola

PROFESSORA DOCENT

 www.linkedin.com/in/elia-guardiola-b492421a0

- Especialitzada en Màrqueting emocional i Experiencial, Storytelling i Storydoing. Enfocada també en el Màrqueting de Continguts, el Branded Content i el Màrqueting Turístic. Aquest Màrqueting el porta personalment arrelat a les entranyes perquè, sense cap dubte, el món del Turisme és gairebé una part intrínseca de la seva persona.
- Conferenciant internacional.


Montserrat Peñarroya

PROFESSORA DOCENT

 www.linkedin.com/in/montserratpenarroya

- Directora de l' Institut Internacional d'investigació de la Societat de la Informació i el Coneixement (3isic).
- Docent, investigadora, consultora i conferenciant nacional i internacional.
- Facilitadora i experta per l'OMT (Organització Mundial del Turisme) en els cursos que aquesta entitat, que pertany a les Nacions Unides, imparteix a tot el món.
- Graduada en Turisme, amb un Postgrau en Màrqueting Internacional i Comerç Exterior, i un Màster en Societat de la Informació i el Coneixement. En l'actualitat està realitzant un doctorat en Tecnologies de la Informació i la seva aplicació en la Gestió d'Empreses.


Marc Grijalvo

PROFESSOR DOCENT

 www.linkedin.com/in/marc-grijalvo-pujol-a8a3a9188

Doctor en turisme, dret i empresa i Màster en Planificació turística, combina la tasca docent a la Universitat de Girona i la Universitat Oberta de Catalunya amb la consultoria privada a BIM Consultors. Expert en desenvolupament de projectes de planificació estratègica i en concret en la planificació turística en destinacions de litoral i comportament de consumidor. Ha participat i liderat diferents projectes turístics tant a nivell català com internacional. També ha estat premiat amb diferents guardons, com el premi Yvette Barbaza o el premi Millor Innovació de producte turístic així com també , en el camp literari, amb el Sebastià Joan Arbó per la seva faceta de novel·lista.


Joan Vendrell

PROFESSOR DOCENT

 www.linkedin.com/in/gustavo-bassotti-4a0b7014/?originalSubdomain=es

- Fotògraf freelance i cofundador de Naturpixel. Especialitzat en Fotografia de Viatges, tot i que col·labora en projectes multidisciplinaris.
- Formador en cursos presencials i online, xerrades, tallers per a empreses, escoles professionals, de manera personalitzada i sobretot a través del seu Canal de Youtube.
- Director del Màster de Fotografia Professional que imparteix a IDEP Barcelona.
- Professor en el Postgrau de Fotografia Documental i Reportatge de l'escola IDEP.
- Creador de la motxilla fotogràfica, Vanguard Sedona Wanderlust.
- Més de 850 vídeos a Youtube amb més de 20 milions de visualitzacions. 1.300 fotos a Instagram. 3.000 articles sobre fotografia publicats des de 2008. 61 països visitats.
- Premiat per Urban Photographer of the Year 2013.


Jordi Reixach

PROFESSOR DOCENT

 www.linkedin.com/in/jordi-reixach-75840419

- Consultor de màrqueting, creativitat i innovació.
- Professor de creativitat i de branding a la Universitat de Girona.
- Professor de projectes creatius a l'ERAM, Escola de Comunicació Audiovisual de Girona.
- Co-fundador de l'Institut del Silenci per promoure la creativitat i la felicitat a través del benestar.


Charo Errando

 ASSISTENT A DIRECCIÓ I
COORDINADORA DEL PROGRAMA

 www.linkedin.com/in/charoerrando

- Gestora i consultora en màrqueting i comercialització de productes turístics.
- Ha treballat a l'empresa privada turística com a responsable de promoció i vendes, responsable de departament de màrqueting i comunicació i relacions públiques.
- Compta també amb 12 anys d'experiència en l'administració pública com a tècnica de turisme a l'Ajuntament de Girona.
- Actualment compagina la consultoria privada amb el desenvolupament de projectes propis relacionats amb el benestar i el creixement a través del Coaching personal i el Coaching de Salut i Benestar.