

Taller práctico

Cómo participar en un workshop



Según el **World Travel and Tourism Council (WTTC)**, el 90% de los profesionales de turismo se queja de la falta de herramientas adecuadas para hacer networking.

Faltan plataformas eficientes para crear lazos que forjen negocios duraderos y permanentes. A su vez que permita a profesionales del turismo conocerse, intercambiar información, colaborar y hacer negocios.



¿CÓMO VAMOS A LOGRARLO?

Wink Shop

Encuentros B2B (business to business) que favorecen alianzas comerciales, a través de agendas de trabajo organizadas mediante citas, preestablecidas o no, según los intereses comunes de los participantes.

Taller de trabajo
Taller de contratación
Misión Comercial
Bolsa de contratación



Encuentros B2B (business to business) cuya finalidad es facilitar los **encuentros de negocios** entre las empresas del sector turístico y los turoperadores que trabajan o están interesados en trabajar en este destino.

Se realizan a través de agendas de trabajo organizadas mediante **entrevistas personalizadas**, preestablecidas o no, según los intereses comunes de los participantes, con el fin de facilitar la comercialización de sus productos.

Es una de las acciones de comercialización **más eficaz** que tienen a su alcance las empresas y turoperadores turísticos. Se trata de un **canal de comercialización** muy **directo y personalizado**, y una buena oportunidad para poder establecer **numerosas relaciones comerciales** en un corto espacio de tiempo y con un coste muy bajo.

Los **workshops directos** se programan en mercados emisores de interés especial. En estos casos, los **empresarios se desplazan hasta el lugar** donde se hace el workshop y, con el asesoramiento y ayuda de la entidad de promoción turística correspondiente, se entrevistan con turoperadores de la zona.

El **objetivo** es dar a conocer la oferta turística en mercados de interés, ayudando a establecer contactos profesionales entre empresas y destinos turísticos españoles con agentes de viaje y turoperadores locales de dichos mercados (compradores). La elección de los lugares de celebración se realiza valorando las oportunidades que representa como mercado emisor y los intereses de los distintos agentes del sector.

La posibilidad de conocer “in situ” un mercado genera un conocimiento de primera mano y profundo que ayuda en la planificación y el desarrollo de acciones comerciales, contactos y relaciones directas, a la vez que facilita el diseño de estrategias específicas y adaptadas a cada mercado.

Los **workshops inversos** se hacen en nuestro territorio. En este caso, directores, CEOs, directores de producto de las principales agencias de viaje, operadores turísticos y/o casas de incentivos de un mercado son invitados a venir en un viaje de trabajo donde tienen encuentros empresariales (talleres) con empresas y organismos turísticos del mercado, en citas previamente establecidas.

Estas jornadas pueden incluir presentaciones tanto sobre el destino turístico a los agentes compradores, como sobre los mercados de origen a los participantes.

En ocasiones, el workshop va acompañado de un **viaje de familiarización**.

Lo mejor de todo ... reúnes en un solo lugar a compradores con vendedores. Pero ¿Quién es quién?

COMPRADORES o INTERMEDIARIOS DE SERVICIOS TURISTICOS	VENDEDORES o PROVEEDORES
Agencias de viaje, receptoras y emisoras	Destinos turísticos
Tourop operadores	Alojamientos
Empresas del sector MICE	Empresas de restauración
Asociaciones	Agencias de viaje receptoras
Empresas de transporte	Empresas de ocio y servicios
Centrales de reserva	Empresas de transporte
Otros	Otros

Oportunidad de negocio garantizada
Transforma tu contacto en alianza y negocio

WORKSHOP PRESENTAC
OFERTA TURÍSTICA TOUR
28/09/2017
MADRID



RUTA DE LOS OLIV
MILENARI

¿Cuál es el objetivo de un buen WORKSHOP?

¡Soy vendedor!

Dar a conocer tu empresa o destino al canal de la intermediación (AAVV)

Promover la profesionalización de las empresas

Transmitir los valores de nuestra marca

Informar de nuestros servicios en un entorno entretenido

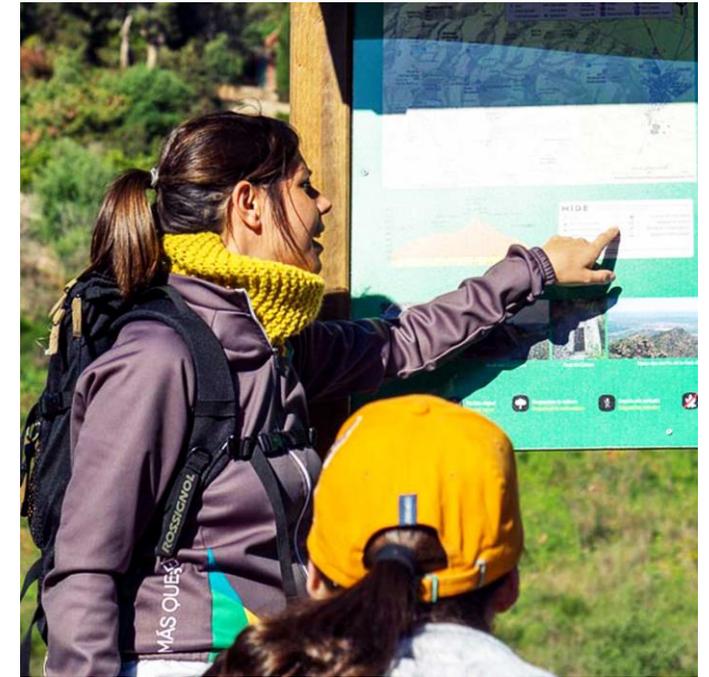
General un primer contacto que se traduzca a posterior en una relación comercial

Promover la creación y comercialización de productos turísticos

“Para una empresa pequeña, y más cuando empezamos, hemos de hacer de todo, desde comerciales hasta administrativos, creadores de producto, guías y hasta de maestro de orquesta. No sabes muchas veces a que puertas llamar y te sientes perdido.

Entonces, cuando te plantean la posibilidad de tener en una misma sala a gente receptiva a escucharte y de esta manera poder generar producto haciendo sinergias entre todas las empresas participantes, es algo que no podemos desaprovechar, dado el gran beneficio que nos reporta, no sólo a las empresas proveedoras de servicios, sino también a los destinos y a las empresas compradoras.

El contacto cara a cara te da la posibilidad de poder vender mucho mejor y de una manera más personal tu portfolio de servicios además de generar relaciones comerciales que de otra manera hubiera sido muy difícil entablar.”



Belén Salvador
Directora de Proyectos Turísticos y
cofundadora de Itinerantur
Benicàssim



¿Cuál es el objetivo de un buen WORKSHOP?

¡Soy comprador!

Establecer contacto con proveedores turísticos nacional o internacionales

Reforzar vínculos comerciales

En algunos casos poder cerrar acuerdos comerciales

Networking con otros agentes de viajes

"Mi experiencia con los workshops a los que acudo, es muy positiva, dado que cuando emprendes un negocio, te falta información sobre proveedores, sobre destinos e incluso sobre comisiones, que es lo que más buscas para tu negocio y beneficio. Realizando estos eventos, tengo la oportunidad de contactar directamente con proveedores y negociar producto de venta.

Se llegan a acuerdos que, a través de las propias empresas de gestión, no alcanzan y aparte recibes un apoyo personal, en caso de alguna incidencia, dado que los contactos suelen ser representados en cargos de directores comerciales, gerentes, executive manager, ...etc.

Me encuentro con compañeros en mí misma situación, o con más años de experiencia y siempre entablamos conversaciones, creando nuestros propios debates, incluso compartiendo consejos.

Por lo que, cada año, asisto a una media de unos diez workshops para "renovar ideas y oportunidades de mercado" para mi negocio y dar una continuidad, adaptada a los tiempos, para ofrecérsela de la mejor manera posibles, a nuestros clientes".



Elisabeth Moreno Asensi
Gerente de Custom Viajes & Eventos
Mutxamel – Alicante



¿Cuál es el objetivo de un buen WORKSHOP?

¡Para todos!

Oportunidad para hacer negocio y en entrar en contacto con proveedores, tanto potenciales como actuales.

Obtener información sobre el mercado y la competencia.

Participar en una interacción directa y bidireccional (one to one), para establecer alianzas de colaboración. Participación activa.

Formación constante como pilar del éxito profesional.

Fomento del trabajo en equipo.



win

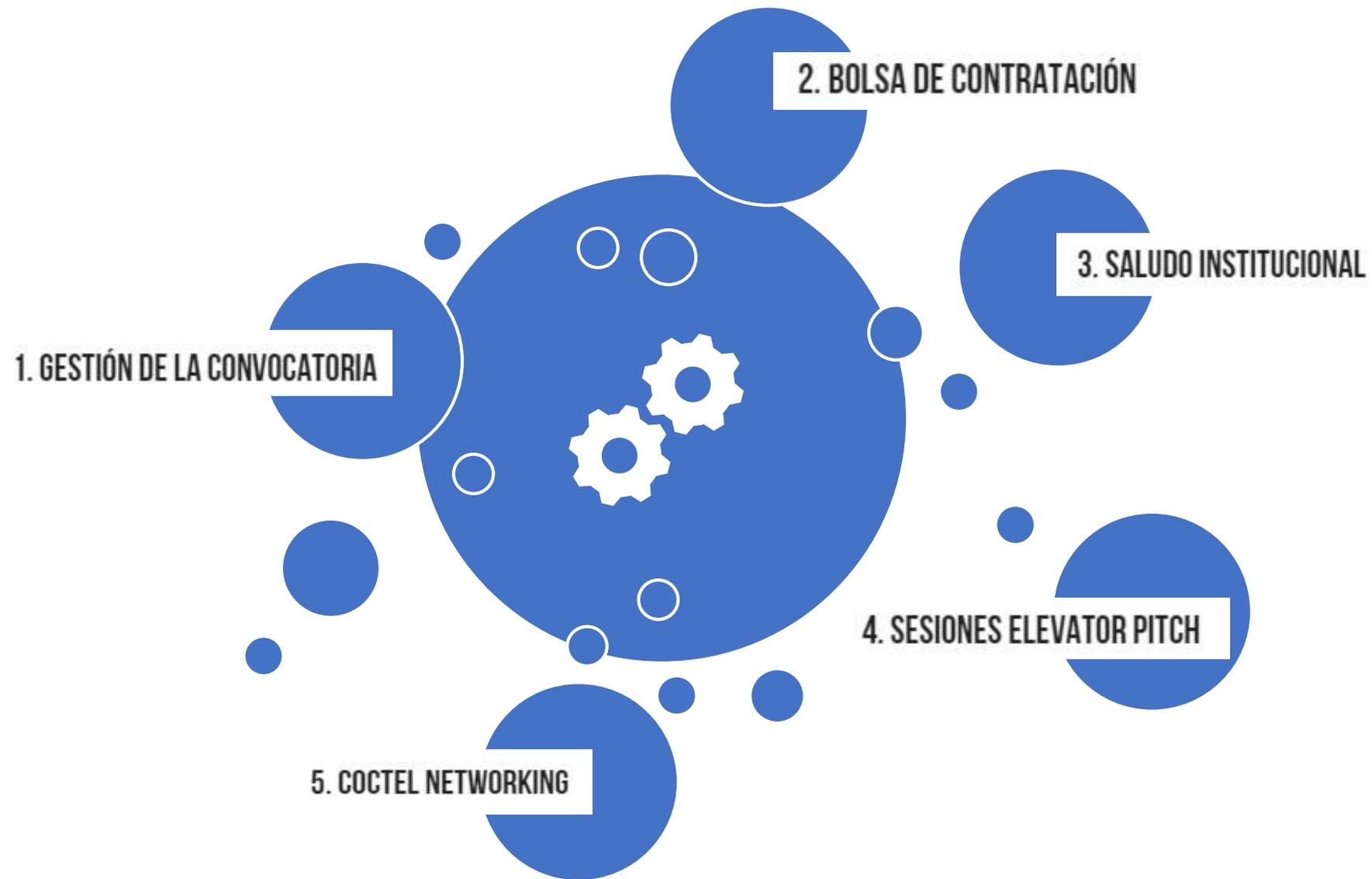
win

meet EXTREMADURA

BOLSA DE CONTRATACIÓN & JORNADAS
PROFESIONALES DE TURISMO

PASO A PASO





GESTIÓN DE LA CONVOCATORIA

Envío de la convocatoria a vendedores

La entidad organizadora del workshop enviará una **comunicación oficial**, generalmente por correo electrónico o en formato papel, invitando a las empresas para que valoren su participación en el workshop. En la misma se informará de la **fecha y lugar** de celebración del evento, así como de los **plazos para la confirmación de asistencia** y envío de todos los materiales que se requieran.

La participación en un workshop puede ser gratuita, donde es la entidad organizadora la que asuma todos los gastos, o puede implicar el pago de una cuota de participación. En este caso, se indicará también en la convocatoria el medio y plazo de pago para la reserva de plaza.

[Click aquí para ver ejemplo convocatoria](#)

Envío de la convocatoria a compradores

Paralelamente la entidad organizadora del workshop hará la convocatoria a la parte compradora (agencias de viajes, TTOO, etc...) con la suficiente antelación para que también valoren su participación en el workshop.

En la misma se informará de la **fecha y lugar** de celebración del evento, así como de los **plazos para la confirmación de asistencia**.

En el caso que haya que realizar una **agendación previa**, se informará también de los plazos para realizarla y el medio a través de la cual realizarla. Si no se requiere agendación previa, tan sólo se requerirá confirmación al evento.

La participación al workshop en la mayoría de los casos será gratuita.



La **Agència Valenciana del Turisme** y el **Club de Producto de Turismo Familiar de la Comunitat Valenciana (Tour & Kids)** se complacen en invitarle al

WORKSHOP PRESENTACIÓN DE TOUR & KIDS **Oferta turística familiar de la Comunitat Valenciana**

Que tendrá lugar en Madrid el **jueves 28 de septiembre a las 20:00 h**
en Ayre Gran Hotel Colón, C/ Pez Volador, 1. 28007 Madrid.

- al finalizar se servirá un cóctel -

Se ruega confirmación:

@. secretaria@tourandkids.com T. 960 046 216



www.tourandkids.com



**CEAV TRAVEL
MEETING**
11-12 MARZO 2019
COMUNIDAD VALENCIANA.
ALICANTE,
CASTELLÓN
VALENCIA



SAVE THE DATE

FLY VALENCIA 12 DE MARZO. Desde las 19.00 H en el CONVENT CARMEN

VLC  **FLY**  **VALENCIA MEETING**

Apreciado agentes de viajes te invitamos al **IV FLY VALENCIA**. Un evento de gran interés profesional donde aprenderás mucho más sobre la conectividad aérea que ofrece Valencia, nuevas rutas y protagonistas del sector que nos explicarán noticias de interés. Todo ello en el marco del FORO FLY previo, de 19.00 a 19.45 horas. Tras su finalización, comenzaremos con el workshop de trabajo con más de 30 proveedores turísticos, y, a continuación nuestro coctel networking.

No te lo puedes perder !

Envíanos tu reserva a: eventos@ceav.info

ceav
Confederación Española
de Agencias de Viajes

AEVAV
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL
VALENCIANA
AGENCIAS DE VIAJES

**COMUNITAT
VALENCIANA**

EN COLABORACION con la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viaje (AEVAV)



El **Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Cádiz** le invita a descubrir la magia de nuestra provincia en este evento dirigido al sector MICE

PRESENTACIÓN DEL DESTINO CÁDIZ

- vamos a disfrutar de una degustación gastronómica y de una zambomba navideña -

que tendrá lugar el próximo jueves, día 24 de noviembre a las 20:00 horas en el Ayre Gran Hotel Colón Madrid.

Calle del Pez Volador N1, MADRID

RSVP

cadizturismo@castroconsulting.es T. 96 007 79 27 · 691 567 354



Andalucía



Andalucía
se mueve con Europa



Unión Europea

Junta de Andalucía
Junta de Andalucía

Cámara
Cádiz

Manual de producto

Workshop Presentación **Comunitat Valenciana**

SEVILLA, OCTUBRE 2017



Con el fin de que tanto compradores como vendedores puedan seleccionar con un criterio adecuado las citas, la entidad organizadora elabora un **manual de producto** con los perfiles de todas las empresas participantes. Para el envío de las fichas, se establecerá una fecha máxima recomendada para que dé tiempo a diseñar y producir el manual de producto.

¿Qué datos vamos a necesitar?

Nombre de la empresa

Logo en alta resolución

Persona de contacto y cargo

Datos de contacto (dirección, email, teléfono, web)

Descripción de la empresa (150 – 250 caracteres)



Ficha manual de producto

NOMBRE DE LA EMPRESA	
PERSONA DE CONTACTO Y CARGO	
DIRECCIÓN	
POBLACIÓN	
TELÉFONO	
EMAIL	
WEB	
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	



PATRONATO DE TURISMO COSTA BLANCA



ACTIVIDAD_ Gestión marca turística

ZONA DE ACTIVIDAD_ Provincia de Alicante

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA_

El **Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca** es, un Organismo Autónomo perteneciente a la Diputación Provincial de Alicante, cuya misión es promocionar la marca Costa Blanca y la provincia de Alicante como destino turístico, vacacional y residencial, tanto en los mercados clásicos como los emergentes, a través del entorno digital, internet, la movilidad y los medios sociales.

CONTACTO_ Elena Lázaro López
Gestora ferias nacionales
T. 965 230 160 / elazaro@costablanca.org
www.costablanca.org



Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía



ACTIVIDAD_ Promoción turística
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO_

La Empresa Pública Turismo Andaluz fue creada por el Gobierno Autónomo para la promoción y comercialización de los recursos turísticos, apoyo técnico a todas las asociaciones, empresas y entidades andaluzas para la prestación de servicios de turismo en Andalucía.

Gorka Lerchundi / Macarena Herraiz
Área de Marketing
T. 600 148 305
glerchundi@andalucia.org / mherraiz@andalucia.org
www.andalucia.org

Fundación Ciudades Medias del Centro de Andalucía



ACTIVIDAD_ Creación y promoción de producto turístico
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO_

Tu historia te propone viajes en el tiempo para conocer la riqueza histórica-artística de las ciudades medias a través de cuadernos de experiencias en Alcalá la Real, Antequera, Écija, Lucena y Puente Genil. Somos expertos en crear sensaciones para viajeros que buscan algo diferente

Mª del Mar Torres Montesinos
Coordinadora producto global
T. 638 167 009 / mmartorres@tuhistoria.org
www.tuhistoria.org

Hoteles Villas de Andalucía



ACTIVIDAD_ Hotelería
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO_

Los Hoteles Villas de Andalucía están inmersos en espacios naturales de una belleza infinita. Municipios, pueblos y calles cargados de historia y de belleza, de museos y monumentos, de gentes y paisajes para el recuerdo. Arquitectura morisca, clima mediterráneo, sosiego y tradición.

Mari Paz Berdonces Pozo
Responsable Comercial
T. 616 338 412 / comercial@reddevillas.es
www.villasdeandalucia.com

Paradores de Turismo de España



ACTIVIDAD_ Hoteles. Hostelería
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO_

96 Paradores en España y 1 en Portugal, 16 de ellos en Andalucía. Castillos, conventos, monasterios, palacios, fortalezas... Hoteles singulares, con cabida para todos los segmentos: MICE, grupos, incentivos, empresas, vacacional,... 2 campos de golf propios, 9 SPAs, más de 300 salas para eventos, 5500 habitaciones y 90 propuestas gastronómicas.

Emilio Almenara Sanchez
Delegado de Ventas
T. 636 086 131 / emilio.almenara@parador.es
www.parador.es



01 Activa Caminos Naturales



PERSONA DE CONTACTO

 **María Rodríguez Antón**

TELÉFONO

 **678 733 240**

CIUDAD

 **Madrid**

WEB

 **www.activacaminosnaturales.org**

EMAIL

 **lexitours@lexitours.org**

INFORMACIÓN

 Departamento de turismo activo de Lexitravel. Turismo de naturaleza, sostenible y enogastronómico.

02 Always Spain Incoming



PERSONA DE CONTACTO

 **Bernarda Jamardo Laseiras**

TELÉFONO

 **661 237 409**

CIUDAD

 **Pontecesures**

WEB

 **www.alwaysspainincoming.com**

EMAIL

 **beni@alwaysspainincoming.com**

INFORMACIÓN

 Empresa receptiva con especialidad en grupos. Tráfico alemán, inglés, austriaco, francés y americano.

VÉNDETE

Comunica lo genial que eres.

Logística

Generalmente los workshops se organizan en **salas de hoteles u otros venues** especialmente preparados para la celebración de eventos.

La entidad organizadora deberá proporcionar a todas las empresas participantes los datos de contacto de la sede e informando de los **plazos para el envío de material** si lo hubiera (cajas de folletos, merchandising, roll ups, etc...).

Así mismo la entidad organizadora puede facilitar el **transporte y alojamiento** a todos los participantes, con tarifas negociadas en hoteles y poniendo a disposición de los participantes un medio de transporte común (servicio de autobús), aunque queda a decisión de cada ente organizador. Sino es así, cada participante deberá prever y preparar todo lo relativo a su viaje con la suficiente antelación.

BOLSA DE CONTRATACIÓN

Ejemplo de timing - sesión mañanas

- 08h15** Recepción y acreditación de las empresas inscritas en el workshop.
Nota: es obligatoria la asistencia a la jornada completa de trabajo y todos los vendedores tienen que acreditarse antes del inicio del workshop.
- 09h00** Inicio de la jornada de trabajo con toda la demanda inscrita: touroperadores, agencias de viajes especializadas en turismo de interior, activo y experiencias, portales de Internet, etc.
- 11h15** Coffee break.
- 14h30** A continuación: almuerzo de trabajo conjunto compradores y vendedores.

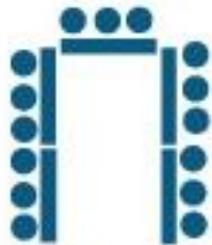
Ejemplo de timing – sesión tardes

- 19h30** Recepción y acreditación de las empresas inscritas en el workshop.
Nota: es obligatoria la asistencia a la jornada completa de trabajo y todos los vendedores tienen que acreditarse antes del inicio del workshop.
- 20h00** Inicio de la jornada de trabajo con toda la demanda inscrita: touroperadores, agencias de viajes especializadas en turismo de interior, activo y experiencias, portales de Internet, etc.
- 21h45** Fin del workshop.
- 22h00** Coctel - cena

Preparación/disposición de la sala



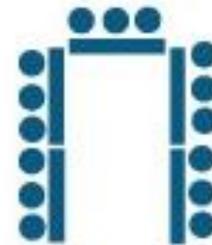
MESA TIPO "U"



Distribución en doble U



MESA TIPO "U"



Distribución en U

Preparación/disposición de la sala



Distribución en mesas altas tipo coctail



Distribución en escuela

Material promocional

Se debe tener preparado el material que vas a querer compartir con los participantes.

Sean guías, manuales de producto, folletos, información en digital o elementos multimedia ... Debes estar preparado para ofrecerla al participante, ya que seguramente no se conformarán con solo verla en pantallas; van a querer poder llevarse a casa parte de la información que se les compartió en el evento.



Acreditación de los participantes

El **check in de los participantes** debe ser una actividad sencilla y fluida, ya que tendremos los tiempos exactos. La entidad organizadora utilizará una base de datos en donde estará incluida vuestra empresa y nombre completo del participante.

Se os puede dar un identificador para que en todo momento esté visible el nombre de vuestra empresa y podáis ser identificados con mayor facilidad.

En la entrada de la sala encontraréis una mesa que hace las funciones de **Welcome Desk** y será donde os tendréis que dirigir para vuestra identificación. Esta mesa servirá de punto de información y resolución de dudas e incidencias durante todo el evento.

Acreditación de los participantes



Metodología 1 – Ronda libre de reuniones

Tanto si se trata de un workshop directo como inverso, los participantes eligen libremente y en el momento a las empresas con las que quieren entablar conversación.

**Duración aproximada: libre
(pero no más de 15 minutos)**

Metodología 2 – Citas previamente cerradas

En los días previos a habido un trabajo de cierre de citas bidireccional, de manera que cada participante dispone al inicio del workshop de una agenda de citas preestablecidas.

Duración aproximada: 10 a 15 minutos/cita

Herramientas online de cierre de citas

<http://andaluciatourismmeeting.com/>

<http://www.meetextremadura.com/>

<https://www.itbspeednetworking.com/>

DATOS DEL PARTICIPANTE

CITAS

LOGO EMPRESA

Mostrar registros

Buscar:

Fecha	Hora	Ciudad	Tipo cita	Empresa	Representante	Fecha creación	Estado
22/10/2018	20:12	Valencia	Ha citado a	Una agencia: Viajes Taj Mahal	NURIA GUILLEN RODRIGUEZ	//	Cita creada
22/10/2018	20:18	Valencia	Citado por	Una agencia: DONDE QUIERAS VIAJES	FERNANDO RAGA BLANCH	//	Cita creada
22/10/2018	20:30	Valencia	Citado por	Una agencia: Viajes Globus S.A.	Denitsa Ignatova	//	Cita creada
22/10/2018	20:36	Valencia	Citado por	Una agencia: Viajes Ala Delta	María José Pons Alonso	//	Cita creada
22/10/2018	20:54	Valencia	Citado por	Una agencia: VIAJAR EN FAMILIA	Eduardo Sánchez Salas	//	Cita creada
22/10/2018	21:00	Valencia	Citado por	Una agencia: UN MON DE VIATGES	BEATRIZ BRAGHINI ULL	//	Cita creada
22/10/2018	21:12	Valencia	Ha citado a	Una agencia: VIAJES GERMANIES	LUCIA CASAÑ MORENO	//	Cita creada
22/10/2018	21:36	Valencia	Citado por	Una agencia: Mago Tours	Alba Navaión Amador	//	Cita creada
22/10/2018	21:42	Valencia	Ha citado a	Una agencia: VIAJES EL CORTE INGLES	SANDRA SIMO MASIP	//	Cita creada
22/10/2018	21:48	Valencia	Ha citado a	Una agencia: ZAFIRO TOURS VOY A VERTE	VIRGINIA BLASCO TARIN	//	Cita creada
23/10/2018	20:54	Alicante	Citado por	Una agencia: B THE TRAVEL BRAND	PATRICIA ALBERO POMARES	//	Cita creada
23/10/2018	21:06	Alicante	Citado por	Una agencia: MATINAL TOURS	MONICA SEMPERE	//	Cita creada
23/10/2018	21:12	Alicante	Citado por	Una agencia: VIAJES CARREFOUR PLAYA DE SAN JUAN-DIVERHOLIDAY	JESUS PICAZO DE LAS HERAS	//	Cita creada
23/10/2018	21:18	Alicante	Citado por	Una agencia: VIAJES CARREFOUR ELCHE3	FINI AMOROS	//	Cita creada
23/10/2018	21:24	Alicante	Ha citado a	Una agencia: VIAJEBU	TXEMA MIRA SANCHEZ	//	Cita creada
23/10/2018	21:30	Alicante	Ha citado a	Una agencia: MORA MON VIAJES	EVARISTO MORA MARTINEZ	//	Cita creada
23/10/2018	21:36	Alicante	Citado por	Una agencia: VIAJES SALVATUR	SALVADOR MARTINEZ	//	Cita creada
23/10/2018	21:42	Alicante	Citado por	Una agencia: Custom Viajes & Eventos	Elisabeth Moreno Asensi	//	Cita creada



Starting Page My Profile Buyers List **My Appointments**

FERIA ITB BERLIN 2019

ITB Speed Networking Event

<https://www.itbspeednetworking.com/user/16794/appointment>

Appointments for Elena Soler

ITB SPEED NETWORKING EVENT

Date: 7 March 2019
Venue: CityCube Berlin, Level B

- Open requests: 0
- Confirmed requests: 5
- Blocked appointments: 0

Slot-No	Time	Buyer	Option
1 (available)	09:30 - 09:40		<ul style="list-style-type: none"> • block time • find meeting partner
2 (confirmed)	09:40 - 09:50	Udrius Armalis_UAB Udriaus projektai/ superkeliones.lt	<ul style="list-style-type: none"> • cancel appointment • show memo
3 (confirmed)	09:50 - 10:00	Victoria Kurashkina_pepXpress Russia	<ul style="list-style-type: none"> • cancel appointment • show memo
4 (available)	10:00 - 10:10		<ul style="list-style-type: none"> • block time • find meeting partner
5 (confirmed)	10:10 - 10:20	Chiara Coslovich_IL LABORATORIO DEI VIAGGI	<ul style="list-style-type: none"> • cancel appointment • show memo
6 (confirmed)	10:20 - 10:30	Muazzam Shahwar_Skyplan Services FZCO	<ul style="list-style-type: none"> • cancel appointment • show memo
7 (confirmed)	10:30 - 10:40	Miren Saiz_Europe Express	<ul style="list-style-type: none"> • cancel appointment • show memo
8 (available)	10:40 - 10:50		<ul style="list-style-type: none"> • block time • find meeting partner
9 (available)	10:50 - 11:00		<ul style="list-style-type: none"> • block time • find meeting partner

Metodología 3 – Speed dating

Se ha convertido en una nueva forma de hacer **Networking en el mundo empresarial**. Estas **citas rápidas** facilitan de forma rápida y amena el poner en contacto a otras empresas, posibles clientes y/o colaboradores.

Nunca hay que olvidar traer nuestra **tarjeta de visita** y entregarla a aquellos profesionales que nos puedan interesar.

Duración aproximada: de 5 a 10 minutos/cita

SESIONES ELEVATOR PITCH

Como complemento a la jornada de comercialización, en ocasiones se organizan sesiones **elevator pitch**, el cual toma su nombre de una supuesta situación en la que, en lo que dura un viaje en ascensor (menos de 2 minutos), debes despertar el interés de tu interlocutor por tu proyecto; ya sea un inversor, un cliente potencial o un posible colaborador.

Para participar, debes tener claro que la finalidad no es tanto vender sino generar interés sobre tu proyecto y lograr una entrevista o reunión para más adelante.

Empresa / Producto



Tu negocio o el producto / servicio emblemático de tu empresa

Función



¿A qué se dedica tu empresa?

Mercado objetivo



¿A quién quieres vender?

Precio



¿Cuál es tu política de precio?

Ventaja competitiva



¿Qué aportas que los demás no tienen?

Gancho final



Provoca la reacción del interlocutor

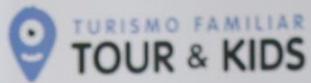
Caso práctico



Pon un ejemplo de cómo estás funcionando



SALUDO INSTITUCIONAL



Club de Producto de
Turismo Familiar de la
Comunitat Valenciana

Tu escapada familiar en
www.tourandkids.com



COCTEL NETWORKING



POST WORKSHOP

Cumple con lo
prometido y
mándame lo que
me interesa





¿Dudas?



GENERALITAT
VALENCIANA



TURISME
COMUNITAT VALENCIANA