

Estudia el curso

Estrategias de Marca y Experiencia del Cliente para Restaurantes y Hoteles

En los negocios gastronómicos y hoteleros, la marca y la experiencia del cliente son factores decisivos para la diferenciación y la fidelización. Este curso enseña cómo construir marcas sólidas y coherentes que generen experiencias memorables para comensales y huéspedes. A través de herramientas estratégicas de branding, storytelling y diseño de experiencias, el participante aprenderá a fortalecer la percepción de valor de su negocio, mejorar la relación con sus clientes y convertir la experiencia de servicio en una ventaja competitiva que impulse las ventas y el posicionamiento de la marca.

Dirigido a



Propietarios y emprendedores de restaurantes, cafés, hoteles y negocios gastronómicos.



Gerentes, administradores y gestores del sector hospitality.



Profesionales de marketing y chefs ejecutivos interesados en fortalecer el posicionamiento de su marca.

Conoce al experto



MBA. DAVID CIEZA RAMOS

MBA - PMP con certificaciones internacionales y especializaciones en marketing estratégico, inteligencia artificial aplicada a mercados y dirección de proyectos.

Presidente del Capítulo de Investigación, Desarrollo e Innovación Empresarial - CIDIEM en Perú y Director de Punto de Marketing. Consultor de entidades públicas y privadas con más de 17 años de experiencia. Miembro activo de CITEMARKETING. Docente en programas de posgrado y asesor de MIPYMES en Perú.

Logros de aprendizaje



Diseñar estrategias de marca alineadas al posicionamiento de restaurantes y hoteles.



Crear experiencias memorables integrando identidad de marca y puntos de contacto con el cliente.



Aplicar storytelling y gestionar la reputación para fortalecer la fidelización de clientes.

Datos generales



Inicio
30 de abril



Duración
6 sesiones



Inversión
Pago único (30% dto.)
S/ 829 (S/4,184)



Horario
Martes y jueves
de 7:00 p.m. a 10:00 p.m



Modalidad Online
En vivo-Clases sincrónicas

Requisitos técnicos mínimos y recomendados:

- Conexión internet casa mínimo 15 Mbps.
- Recomendable >= 30 Mbps.
- Conexión internet móvil 4G como mínimo.

Plan de estudios

Módulos

1

Identidad, promesa y estrategia de marca en servicios

- Fundamentos del branding aplicado a restaurantes y hoteles.
- Identidad y posicionamiento de marca en el sector hospitality.
- Construcción de la promesa de valor de la marca.

2

Diseño de experiencias memorables para comensales y huéspedes

- Experiencia del cliente en negocios gastronómicos y hoteleros.
- Momentos clave del servicio y diseño de experiencias.
- Estrategias para generar valor en cada interacción con el cliente.

3

Coherencia de marca en la operación del servicio

- Integración de la marca en la experiencia operativa.
- Cultura de servicio alineada a la identidad de marca.
- Consistencia entre comunicación, producto y experiencia.

4

Storytelling y comunicación experiencial

- Uso del storytelling para construir marcas memorables.
- Narrativas de marca aplicadas a restaurantes y hoteles.
- Comunicación de experiencias y diferenciación.

5

Gestión de percepción, reputación y fidelización

- Gestión de la percepción del cliente.
- Reputación de marca en servicios gastronómicos y hoteleros.
- Estrategias de fidelización y construcción de relaciones con clientes.

6

Experiencias que impulsan ventas y métricas de valor de marca

- Relación entre experiencia del cliente y resultados comerciales.
- Indicadores de valor de marca y satisfacción del cliente.
- Estrategias para convertir experiencias en crecimiento del negocio.

Certificación



Certificado emitido por el Programa de Extensión Universitaria de la Universidad Le Cordon Bleu



NOTA IMPORTANTE:

La Universidad Le Cordon Bleu Perú se reserva el derecho de reprogramar o cancelar los cursos que no cuenten con el número mínimo de inscritos establecidos por la institución.

Se reserva el derecho de modificar la plana docente de acuerdo a disponibilidad o cambios en el programa.

Los trámites de retiro o cambio sólo se realizan hasta 10 días antes del inicio de clases. Caso contrario deberá asumir la penalización correspondiente. El pago realizado no está sujeto a devolución ni reembolso. El retiro es sólo académico y no económico.