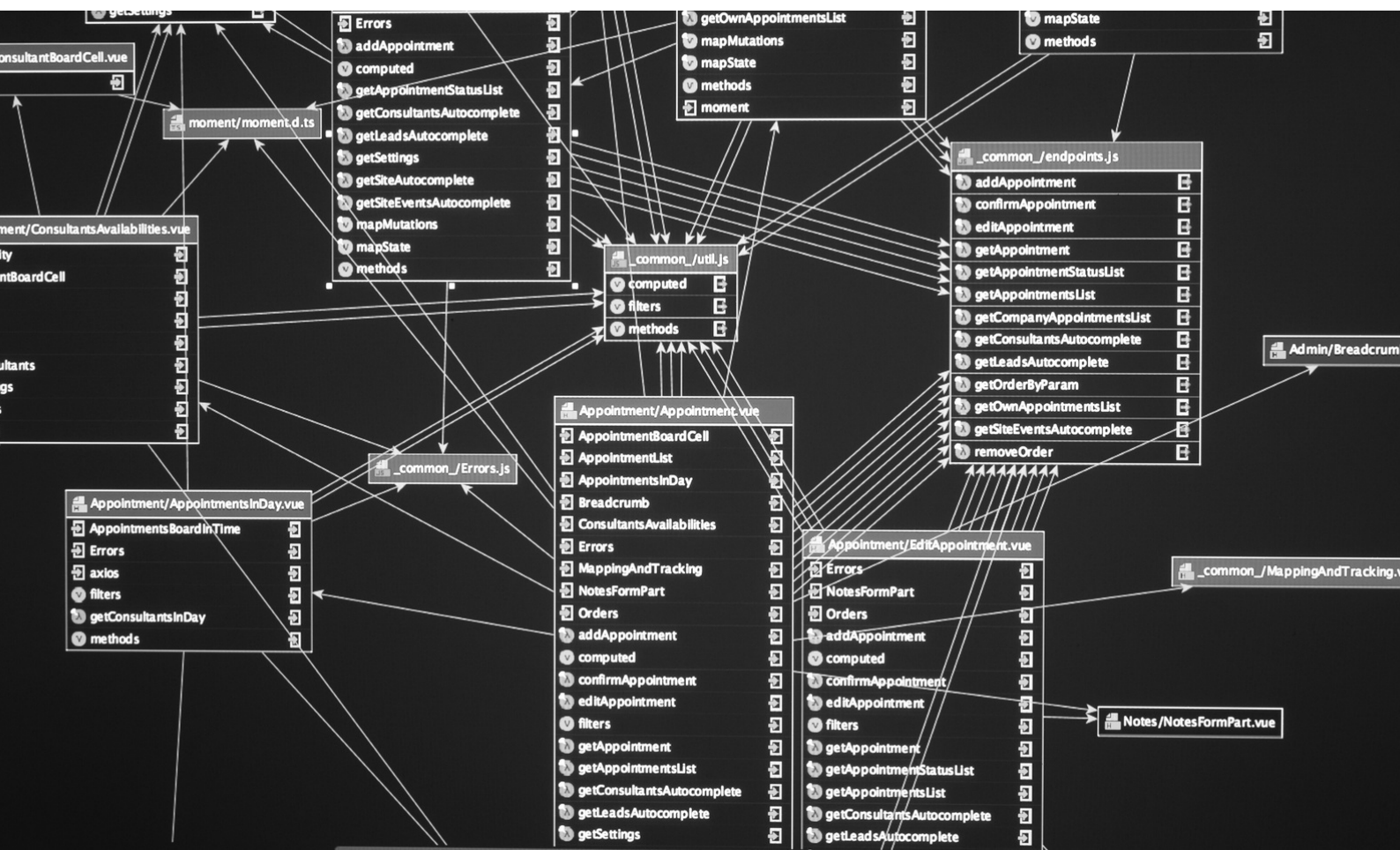


GUÍA DIDÁCTICA

BASES DE DATOS DE CLIENTELA EN EMPRESAS TURÍSTICAS: SEGMENTACIÓN Y EXPLOTACIÓN COMERCIAL





SEGMENTACIÓN INTELIGENTE, TURISMO MÁS PERSONAL Y RENTABLE

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DESCRIPCIÓN

Desde un enfoque técnico y orientado al ejercicio profesional, este curso desarrolla competencias digitales intermedias necesarias para la gestión eficaz de bases de datos de clientela en el ámbito turístico. Concebido en modalidad híbrida, combina sesiones teóricas en línea con un proyecto final tutorizado que traslada los aprendizajes al entorno real de trabajo.

El programa presenta técnicas y herramientas aplicadas a la organización, segmentación y análisis de información derivada de interacciones digitales, siguiendo criterios de calidad, seguridad y utilidad comercial. A su vez, se promueve una comprensión rigurosa de los principios normativos vinculados al tratamiento de datos personales, como el consentimiento informado, la minimización de datos y la trazabilidad documental.

La propuesta metodológica articula la estructuración de datos turísticos, la identificación de perfiles diferenciados y la elaboración de estrategias ajustadas a las características de cada segmento. La formación avanza de manera progresiva: comienza con los fundamentos de las bases de datos aplicadas al turismo, continúa con el estudio de criterios de segmentación y perfiles digitales, y prosigue con el desarrollo de habilidades comunicativas centradas en la atención y resolución de conflictos. A ello se suman contenidos dedicados a la seguridad de la información y a la explotación comercial de los datos, concluyendo con un proyecto práctico centrado en el diseño de un sistema de segmentación adaptado a una empresa turística.

En conjunto, el curso fomenta el uso estratégico y responsable de tecnologías digitales, orientado a la toma de decisiones, el diseño de campañas personalizadas y la evaluación continua de resultados.

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

DURACIÓN

150 horas

OBJETIVO GENERAL

Brindar a los participantes los conocimientos y las competencias necesarias para gestionar bases de datos de clientes en empresas turísticas, con el fin de segmentar el mercado y aplicar estrategias comerciales efectivas que permitan optimizar la fidelización de clientes y mejorar la experiencia turística mediante el uso de la tecnología y el análisis de datos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los principios básicos de las bases de datos y su aplicación en el sector turístico, desarrollando habilidades para la búsqueda, filtrado y evaluación de información relevante.
- Adquirir competencias avanzadas en la segmentación de mercados turísticos y análisis de perfiles digitales, utilizando técnicas de segmentación basadas en el comportamiento digital de los clientes.
- Desarrollar habilidades de resolución de conflictos con clientes, aplicando empatía y estrategias de gestión de reclamaciones y crisis dentro del contexto turístico, y aprendiendo a interactuar de forma efectiva con clientes de diversas nacionalidades.

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

- Garantizar la seguridad y privacidad en el manejo de datos, cumpliendo con las normativas de protección de datos personales y manteniendo la seguridad en los dispositivos y plataformas utilizadas en la gestión de bases de datos turísticas.
- Aplicar estrategias de segmentación en empresas turísticas para identificar las necesidades de los clientes, crear perfiles personalizados y predecir tendencias turísticas mediante el uso de bases de datos.

METODOLOGÍA

El curso se impartirá bajo una metodología online, en la que están presentes:

■ **Contenidos teóricos:** sesiones online enfocadas en los fundamentos teóricos con actividades y ejercicios que refuerzan y ayudan a la asimilación de contenidos.

■ **Prácticas:** tutorías online organizadas por la Cámara, orientadas a aplicar y consolidar los conocimientos mediante ejercicios prácticos y proyectos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 1

Introducción a la gestión de bases de datos
para turismo

CARGA LECTIVA

20 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Identificar estructuras y funciones básicas de bases de datos aplicadas al turismo para mejorar la organización de la información y la toma de decisiones.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos

Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder y navegar por ellos. Juzgar la relevancia de la fuente y su contenido. Almacenar, gestionar y organizar datos digitales, información y contenidos.

Competencias asociadas



1.1 Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenidos digitales del sector turístico

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

1.1 Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenidos digitales del sector turístico

- Explicar mis necesidades de información turística.
- Realizar búsquedas rutinarias y bien definidas para encontrar información, datos y contenidos en entornos digitales del sector turístico.
- Explicar cómo acceder y navegar por ellos.
- Explicar estrategias personales de búsqueda rutinarias y bien definidas.
- Exponer necesidades de información turística.
- Organizar búsquedas de datos, informaciones y contenidos turísticos en entornos digitales.
- Describir cómo acceder a estos datos e informaciones, contenidos turísticos y navegar por ellos.
- Organizar estrategias de búsqueda personales.

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fiabilidad y seriedad de fuentes de información, datos y contenidos digitales bien definidos.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, informaciones y contenidos digitales concretos bien definidos.
- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fuentes de datos, información y contenidos digitales.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, información y contenidos digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A2. Comunicación y colaboración

Participar en la sociedad a través del uso de los servicios digitales públicos y privados. Buscar oportunidades de auto empoderamiento y para una ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.



Competencias asociadas

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales



Nivel

Intermedio

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales

- Seleccionar tecnologías digitales adecuadas, bien definidas y rutinarias, para compartir datos, información y contenidos digitales.
- Explicar cómo actuar como intermediario para compartir información y contenidos a través de tecnologías digitales bien definidas y rutinarias.
- Ilustrar prácticas de referencia y atribución bien definidas y rutinarias. Nivel intermedio
- Manipular las tecnologías digitales adecuadas para compartir datos, información y contenidos digitales.
- Explicar cómo actuar como intermediario para compartir información y contenidos a través de las tecnologías digitales.
- Ilustrar las prácticas de referencia y atribución.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 2

Segmentación de mercados y análisis de
perfiles digitales

CARGA LECTIVA

15 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Aplicar criterios de segmentación y análisis de
perfiles digitales de clientela para optimizar
campañas turísticas personalizadas.

**MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA
CIUDADANÍA**



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos

Articular necesidades de información, buscar datos,
información y contenidos en entornos digitales,
acceder y navegar por ellos. Juzgar la relevancia de la
fuente y su contenido. Almacenar, gestionar y
organizar datos digitales, información y contenidos.

Competencias asociadas



1.1 Navegar, buscar y filtrar datos,
información y contenidos digitales del sector
turístico

1.2 Evaluar datos del sector turístico y
contenidos digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

1.1 Navegar, buscar y filtrar datos, información y contenidos digitales del sector turístico

- Explicar mis necesidades de información turística.
- Realizar búsquedas rutinarias y bien definidas para encontrar información, datos y contenidos en entornos digitales del sector turístico.
- Explicar cómo acceder y navegar por ellos.
- Explicar estrategias personales de búsqueda rutinarias y bien definidas.
- Exponer necesidades de información turística.
- Organizar búsquedas de datos, informaciones y contenidos turísticos en entornos digitales.
- Describir cómo acceder a estos datos e informaciones, contenidos turísticos y navegar por ellos.
- Organizar estrategias de búsqueda personales.

1.2 Evaluar datos del sector turístico y contenidos digitales

- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fiabilidad y seriedad de fuentes de información, datos y contenidos digitales bien definidos.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, informaciones y contenidos digitales concretos bien definidos.
- Realizar análisis, comparaciones y evaluaciones de fuentes de datos, información y contenidos digitales.
- Realizar análisis, interpretaciones y evaluaciones de datos, información y contenidos digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A2. Comunicación y colaboración

Participar en la sociedad a través del uso de los servicios digitales públicos y privados. Buscar oportunidades de auto empoderamiento y para una ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.



Competencias asociadas

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales



Nivel

Intermedio

2.2 Compartir a través de tecnologías digitales

- Seleccionar tecnologías digitales adecuadas, bien definidas y rutinarias, para compartir datos, información y contenidos digitales.
- Explicar cómo actuar como intermediario para compartir información y contenidos a través de tecnologías digitales bien definidas y rutinarias.
- Ilustrar prácticas de referencia y atribución bien definidas y rutinarias. Nivel intermedio
- Manipular las tecnologías digitales adecuadas para compartir datos, información y contenidos digitales.
- Explicar cómo actuar como intermediario para compartir información y contenidos a través de las tecnologías digitales.
- Ilustrar las prácticas de referencia y atribución.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A3. Creación de contenidos digitales

Crear y editar contenidos digitales. Mejorar e integrar la información y contenidos en un cuerpo de conocimientos existente, al tiempo que se comprende cómo deben aplicarse los derechos de autor y las licencias. Saber cómo elaborar instrucciones comprensibles para un sistema informático.



Competencias asociadas

3.1 Desarrollo de contenidos



Nivel

Intermedio

3.1 Desarrollo de contenidos

- Indicar las formas de crear y editar una rutina bien definida contenido en formatos bien definidos y rutinarios.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales bien definidos y rutinarios.
- Indicar formas de crear y editar contenidos en diferentes formatos.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 3

Soft skills: habilidades de resolución de conflictos con clientes

CARGA LECTIVA

15 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Desarrollar habilidades de resolución de conflictos con clientela turística a partir del análisis de interacciones digitales registradas.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A5. Resolución de problemas

Identificar necesidades y problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en el entorno digital. Utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día con la evolución digital.

Competencias asociadas



- 5.1 Resolver problemas técnicos
- 5.2 Identificar necesidades tecnológicas
- 5.4 Identificar carencias de competencias digitales

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

5.1 Resolver problemas técnicos

- Indicar problemas técnicos bien definidos y rutinarios al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Indicar problemas técnicos bien definidos y rutinarios al manejar dispositivos y utilizar entornos digitales.
- Evaluar los problemas técnicos al utilizar entornos digitales y manejar dispositivos digitales.
- Aplicarles diferentes soluciones.

5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Indicar necesidades bien definidas y rutinarias.
- Seleccionar herramientas digitales bien definidas y rutinarias y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas bien definidas y rutinarias de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.
- Explicar las necesidades.
- Seleccionar las herramientas digitales y las posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

5.4 Identificar carencias de competencias digitales

- Explicar en qué aspectos es necesario mejorar o actualizar mi competencia digital.
- Indicar dónde buscar oportunidades bien definidas de autodesarrollo y mantenerse al día con la evolución digital.
- Debatir sobre los aspectos en los que es necesario mejorar o actualizar mi competencia digital.
- Indicar cómo apoyar a otros para que desarrollen su competencia digital.



Soft Skills relacionadas con el turismo

- Resolución de quejas y reclamaciones de turistas de diversas nacionalidades.
- Desarrollo de empatía en situaciones críticas en hoteles, restaurantes o agencias de viajes.
- Gestión efectiva de crisis relacionadas con servicios turísticos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 4

Seguridad y privacidad en el manejo de datos

CARGA LECTIVA

20 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Gestionar la seguridad, privacidad y trazabilidad de datos turísticos conforme a la normativa vigente y a estándares digitales.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A4. Seguridad

Proteger los dispositivos, los contenidos, los datos personales y la privacidad en entornos digitales. Proteger la salud física y salud psicológica, y ser conscientes de las tecnologías digitales el bienestar social y la inclusión social. Ser conscientes del impacto medioambiental de las tecnologías digitales y su uso.



Competencias asociadas

- 4.1 Protección de dispositivos
- 4.2 Protección de datos personales y privacidad

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

4.1 Protección de dispositivos

- Indicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y amenazas bien definidos y habituales en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección bien definidas y rutinarias.
- Indicar formas bien definidas y rutinarias de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.
- Organizar formas de proteger mis dispositivos y contenidos digitales.
- Diferenciar los riesgos y las amenazas en los entornos digitales.
- Seleccionar medidas de seguridad y protección.
- Explicar las formas de tener en cuenta la fiabilidad y la privacidad.

4.2 Protección de datos personales y privacidad

- Explicar formas bien definidas y rutinarias de proteger mis datos personales y mi privacidad en entornos digitales.
- Explicar formas bien definidas y rutinarias de utilizar y compartir la información personal identificable, protegiéndome a mí y a los demás de los daños.
- Indicar declaraciones de política de privacidad bien definidas y rutinarias sobre el uso de los datos personales en los servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

- Debatir sobre las formas de proteger mis datos personales y mi privacidad en los entornos digitales.
- Debatir las formas de utilizar y compartir la información personal identificable protegiéndome a mí y a los demás de los daños.
- Indicar las declaraciones de política de privacidad sobre el uso de los datos personales en los servicios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDAD 5

Estrategias de segmentación para empresas turísticas

CARGA LECTIVA

30 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Seleccionar y ejecutar estrategias de explotación comercial de bases de datos para mejorar la fidelización y la conversión de clientela.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A5. Resolución de problemas

Identificar necesidades y problemas, y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en el entorno digital. Utilizar herramientas digitales para innovar procesos y productos para mantenerse al día con la evolución digital.



Competencias asociadas

5.2 Identificar necesidades tecnológicas
5.3 Usar tecnología de forma creativa

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Nivel

Intermedio

5.2 Identificar necesidades tecnológicas

- Indicar necesidades bien definidas y rutinarias.
- Seleccionar herramientas digitales bien definidas y rutinarias y posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas bien definidas y rutinarias de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.
- Explicar las necesidades.
- Seleccionar las herramientas digitales y las posibles respuestas tecnológicas para resolver esas necesidades.
- Seleccionar formas de ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales.

5.3 Usar tecnología de forma creativa

- Seleccionar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimientos y procesos y productos innovadores bien definidos.
- Participar individual y colectivamente en algún tipo de procesamiento cognitivo para comprender y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas bien definidas y rutinarias en entornos digitales.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.
- Diferenciar las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse para crear conocimiento e innovar procesos y productos.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES



Área

A3. Creación de contenidos digitales

Crear y editar contenidos digitales. Mejorar e integrar la información y contenidos en un cuerpo de conocimientos existente, al tiempo que se comprende cómo deben aplicarse los derechos de autor y las licencias. Saber cómo elaborar instrucciones comprensibles para un sistema informático.

Competencias asociadas



- 3.1 Desarrollo de contenidos
- 3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales



Nivel

Intermedio

3.1 Desarrollo de contenidos

- Indicar las formas de crear y editar una rutina bien definida contenido en formatos bien definidos y rutinarios.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales bien definidos y rutinarios.
- Indicar formas de crear y editar contenidos en diferentes formatos.
- Expresarme a través de la creación de medios digitales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

3.2 Integración y elaboración de contenidos digitales

- Explicar formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar elementos bien definidos de nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.
- Debatir las formas de modificar, perfeccionar, mejorar e integrar nuevos contenidos e información para crear otros nuevos y originales.

DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

PROYECTO FINAL

Desarrollo de un sistema de segmentación de clientes turísticos

CARGA LECTIVA

50 horas

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Desarrollar un ejercicio de segmentación de clientela turística a partir de datos simulados, orientado a reconocer necesidades, clasificar perfiles distintos y diseñar propuestas ajustadas a cada segmento.

MARCO DE COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA CIUDADANÍA



Área

A1. Informatización y alfabetización de datos



Área

A2. Comunicación y colaboración



Área

A3. Creación de contenidos digitales



Área

A4. Seguridad



Área

A5. Resolución de problemas

Índice de contenidos

01

Introducción a la gestión de bases de datos para turismo

1.1 ¿Qué son los datos?

1.2 Ciencia de datos

1.2.1 Fases procedimentales de las ciencias de datos

1.2.2 Técnicas y tecnologías aplicadas a la ciencia de datos

1.2.3 Ventajas y retos con Power BI, Tableau, Python y Apache Spark

1.3 Bases de datos de clientes

1.3.1 Características del almacenamiento estructurado en turismo digital

1.3.2 Elementos de las bases de datos

1.3.3 Funciones de las bases de datos de clientes

1.4 Criterios de clasificación de las bases de datos

1.4.1 Tipo de dato

1.4.2 Tipo de contenido almacenado

1.4.3 Modelo de almacenamiento

1.4.4 Ubicación local o en nube

Índice de contenidos

02

Segmentación de mercados y análisis de perfiles digitales

2.1 Búsqueda y filtrado de información en Turismo

2.1.1 Identificación de necesidades de segmentación en modelos turísticos

2.1.2 Aplicación de criterios de segmentación: geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales

2.1.3 Herramientas digitales de recopilación de datos

2.2 Evaluación de la información recopilada y análisis de su fiabilidad

2.2.1 Valoración crítica de la calidad y fiabilidad de la información

2.2.2 Identificación de sesgos y errores en los datos de segmentación

2.2.3 Validación de fuentes y contraste de datos

2.2.4 Aplicación de IA en análisis de datos

2.3 Herramientas digitales para segmentación y análisis de datos turísticos

2.3.1 Clasificación de datos de interacción con canales digitales

2.3.2 Extracción de patrones mediante herramientas visuales

2.3.3 Agrupación de patrones para optimizar la personalización de servicios

Índice de contenidos

03

Habilidades de resolución de conflictos con clientes

3.1 Uso de bases de datos de clientes en la gestión de reclamaciones

3.1.1 *La reclamación: punto de partida de la mejora del servicio*

3.1.2 *Bases de datos como soporte operativo para la trazabilidad*

3.2 Registro y clasificación de reclamaciones en entornos digitales

3.2.1 *Componentes básicos del registro digital*

3.2.2 *Clasificación automática y manual por categorías*

3.2.3 *Aplicación de categorías en el análisis de incidencias*

3.2.4 *Plataformas y sistemas de seguimiento de incidencias*

3.2.5 *Usos frecuentes de automatización y sistematización de tareas*

3.3 Consulta de reclamaciones mediante bases de datos

3.3.1 *Filtros y criterios de búsqueda más utilizados*

3.3.2 *Ejemplo aplicado: análisis operativo*

3.3.3 *Ventajas del uso de consultas en bases de datos*

3.3.4 *Aplicaciones en microsegmentación de conflictos*

3.3.5 *Integración de consultas en procesos de revisión interna*

3.4 Análisis de patrones de conflicto y prevención basada en datos

3.4.1 *Análisis de patrones de conflicto en sistemas de datos turísticos*

3.4.2 *Análisis semántico de reclamaciones y conflictos latentes*

3.4.3 *Segmentación de patrones con registro de conflictos por canal, momento y perfil digital*

3.4.4 *Identificación de factores desencadenantes mediante datos combinados*

3.5 Impacto de la gestión digital de reclamaciones en la fidelización

3.5.1 *La atención postconflicto como base de la fidelización*

3.5.2 *Personalización digital de la respuesta postconflicto*

3.5.3 *Evaluación del impacto de la resolución en la fidelización*

Índice de contenidos

04 Seguridad y privacidad en el manejo de datos

4.1 Aplicación normativa: protección legal de los datos personales e identidad digital

4.1.1 Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo y del Consejo: obligaciones en empresas turísticas

4.1.2 Ley orgánica de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD)

4.1.3 Reglamento eIDAS: identificación electrónica, autenticación y servicios de confianza

4.1.4 Redacción jurídica de políticas de privacidad en entornos digitales

4.2 Gestión ética de datos personales

4.2.1 Gestión cotidiana de datos personales

4.2.2 Evaluación de riesgos

4.2.3 Buenas prácticas conforme a las políticas de privacidad

4.3 Medidas para proteger los dispositivos e infraestructura informática

4.3.1 Identificación de amenazas y riesgos digitales

4.3.2 Medidas rutinarias de protección de dispositivos y contenidos digitales

4.3.3 Fiabilidad y privacidad en el uso de tecnologías conectadas

4.3.4 Ciberseguridad y protección de infraestructura de datos

Índice de contenidos

05

Estrategias de segmentación para empresas turísticas

5.1 Diseño de estrategias de fidelización basadas en datos segmentados de clientes

5.1.1 Condiciones para aplicar la segmentación a la fidelización

5.1.2 Implementación práctica de datos segmentados en acciones de fidelización

5.1.3 Ventajas de la segmentación de clientes para la fidelización en el turismo digital

5.2 Personalización basada en perfiles digitales y análisis predictivo

5.2.1 Construcción de perfiles digitales en entornos turísticos

5.2.2 Aplicación de perfiles a la personalización de servicios

5.2.3 Predicción de tendencias y comportamientos de la clientela

5.3 Aplicación creativa de datos de clientela para acciones de fidelización

5.3.1 Del datos segmentado a la acción: principios de fidelización inteligente

5.3.2 Gestión automatizada de interacciones según comportamientos relevantes

5.3.3 Diseño de experiencias turísticas personalizadas con apoyo en datos

5.3.4 Integración de datos de formularios, redes sociales y reservas digitales

5.4 Modelado de datos: marco técnico previo

5.4.1 Componentes del modelado de datos

5.4.2 Tipos de modelos de datos

5.4.3 Fases del modelado físico orientado al turismo digital

5.4.4 Técnicas de modelado de datos

5.4.5 Importancia y ventajas del modelado de datos

5.4.6 Herramientas para el modelado de datos

Índice de contenidos

5.5 Organización y análisis de datos turísticos con Excel para la toma de decisiones

5.5.1 Modelado en Excel: estructura, tablas y filtrado de información

5.5.2 Análisis de datos turísticos mediante funciones y herramientas avanzadas

5.5.3 Creación de indicadores clave de rendimiento (KPI) y cuadros de mando

5.6 Gestión de bases de datos relacionales con Access para uso comercial en turismo

5.6.1 Estructura de una base de datos relacional aplicada al turismo

5.6.2 Consultas, formularios e informes para explotación comercial de datos turísticos

5.6.3 Seguridad, multiusuario y buenas prácticas para la gestión de datos en Access

5.7 Integración de herramientas CRM en estrategias de fidelización

5.7.1 Uso de CRM analítico para interpretar patrones de comportamiento de clientela

5.7.2 Estrategias de automatización en plataformas CRM para turismo

5.8 Evaluación del impacto de las estrategias basadas en datos en empresas turísticas

5.8.1 Indicadores de fidelización en el sector turístico

5.8.2 Herramientas para medir resultados en fidelización

5.8.3 Análisis de retorno y optimización continua

