

REPERTORIO DELLE QUALIFICAZIONI PROFESSIONALI DELLA REGIONE CAMPANIA

SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE¹	
<u>SERVIZI TURISTICI</u>	
Processo	Servizi di viaggio e accompagnamento
Sequenza di processo	Sviluppo di piani di promozione turistica
Area di attività	ADA 19.19.42 Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali
Qualificazione regionale	Esperto di turismo rurale integrato
Referenziazioni	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011) 3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive ed assimilati
	Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT) 74.90.93-Altre attività di consulenza tecnica nca 79.90.19 Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca 79.90.11 Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento
Livello EQF	7
Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività	<p>L'Esperto di turismo rurale integrato è una figura specialistica che conosce il tessuto socio-economico dell'area rurale di riferimento e sviluppa un'azione di rete tra figure, istituzioni e altri attori locali finalizzata alla valorizzazione del territorio e delle sue risorse identitarie, in particolare di quelle legate alla ruralità. Mette in atto dinamiche di sviluppo sociale ed economico, attivando e valorizzando le risorse locali, in particolare quelle legate alle produzioni agroalimentari, curandone la ricognizione, promozione e integrazione.</p> <p>Ricerca e promuove soluzioni progettuali innovative ed ecosostenibili di sviluppo rurale, partendo dalle esigenze espresse dalle comunità locali e dal tessuto imprenditoriale, in rispondenza alle sollecitazioni del mercato, nel rispetto dell'ambiente, del territorio e delle norme in materia di legalità e sicurezza del lavoro.</p> <p>E' una professionalità con conoscenze e competenze multi-settoriali in grado di concretizzare a livello operativo la programmazione territoriale istituzionale per la promozione turistica e capace di leggere e reinterpretare il contesto socio-economico, di programmare, gestire e valutare progetti imprenditoriali, di favorire processi di cooperazione tra imprese ed istituzioni, di formulare proposte strategiche per lo sviluppo locale, di utilizzare gli strumenti normativi in vigore, e di conciliare la rivitalizzazione delle aree a vocazione turistico-rurale con lo sviluppo economico e sociale, attraverso la professionalizzazione e la cultura dell'accoglienza, e il recupero della cultura agrosilvopastorale.</p> <p>È in grado di operare su sistemi di CRM e di sollecitare specifiche attività migliorative.</p>

¹ Rif. Accordo Stato-Regioni del 27 luglio 2011

**STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI
CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE**

COMPETENZA N. 1	
Analisi delle risorse a potenzialità turistica di un territorio	
RISULTATO ATTESO	
Contesto territoriale e delle risorse con potenzialità turistiche analizzato	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> Individuare le principali caratteristiche geografiche, storiche, culturali, artistiche, socio-economiche e logistiche del territorio Classificare le risorse di un territorio sulla base della tipologia (risorse storiche, archeologiche, naturali ecc.) e della valenza turistica (attrattori principali e secondari) Analizzare varie fonti di informazioni (orari, tariffari, libri, cataloghi, banche dati..) estrapolandoli da supporti informatici e cartacei Reperire e trattare le informazioni relative alle caratteristiche del territorio in funzione dei prodotti/servizi da realizzare Sviluppare e curare la realizzazione dei report di informazione sulle principali caratteristiche del territorio utili alla realizzazione dei prodotti/servizi 	<ul style="list-style-type: none"> Caratteri complessivi e sistemici del territorio; principali aspetti geografici, storici, culturali, artistici, socio-economici e logistici Il patrimonio culturale e ambientale Il sistema agroalimentare e le risorse enogastronomiche. Le filiere. I prodotti tipici e a marchio. Cenni sulla produzione biologica Principi di Economia e Politica Agraria Tipologie di risorse turistiche e loro classificazione Tecniche per la creazione e l'utilizzo di banche dati statistiche per l'analisi dei principali parametri di riferimento del settore turistico e dei relativi trend Tecniche di reporting e trattamento dati

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Analisi delle risorse a potenzialità turistica di un territorio. Contesto territoriale e delle risorse con potenzialità turistiche analizzato	Le operazioni di analisi delle risorse a potenzialità turistica di un territorio	Creazione di database contenenti informazioni circa le caratteristiche del territorio; creazione di documenti di informazione e stesura di report di benchmarking

COMPETENZA N. 2	
Analisi della domanda e dell'offerta turistica locale	
RISULTATO ATTESO	
Mercato turistico locale analizzato	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> Realizzare attività di studio e di analisi del mercato potenziale e della concorrenza per individuarne le caratteristiche e strutturare offerte specifiche e contestualizzate Decodificare i feedback provenienti dal mercato di riferimento per poter strutturare interventi mirati Identificare punti di forza, debolezza, opportunità e rischi della struttura/servizio turistico concorrenti Analizzare l'offerta turistica attraverso: ricerche documentarie, visite dei luoghi, analisi delle risorse della struttura e indagini di mercato Valutare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente in ambito turistico Riconoscere i fattori che influiscono sulla scelta delle strutture da parte della clientela: componenti, caratteristiche, tassonomia degli acquisti ecc. Definire il target di utenza che si desidera attrarre, coerentemente con l'infrastruttura turistica esistente Identificare gli elementi caratteristici e rilevanti della domanda turistica per ricavarne informazioni qualitative e quantitative sull'affluenza Prevedere i comportamenti di acquisto e consumo del turista Classificare le informazioni Operare confronti fra i sistemi turistici locali accomunati dalla stessa tipologia di utenza Sviluppare e curare la realizzazione dei report di informazione 	<ul style="list-style-type: none"> Tecniche di analisi dell'offerta e della domanda Tecniche per la creazione e l'utilizzo di banche dati statistiche per l'analisi dei principali parametri di riferimento del settore turistico e dei relativi trend Cenni di Diritto e legislazione del turismo Teoria della domanda turistica: dai big data alle indagini mirate Teoria dell'offerta turistica Modelli di turismo rurale e metodologie di accoglienza del cliente Tecniche di reporting e trattamento dati

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Analisi della domanda e dell'offerta turistica locale. Mercato turistico locale analizzato.	Le operazioni di analisi della domanda e dell'offerta turistica locale	Raccolta ed elaborazione dei dati del mercato turistico; analisi e valutazione delle caratteristiche del mercato turistico.

COMPETENZA N. 3	
Valorizzazione in chiave turistica delle risorse rurali e agroalimentari	
RISULTATO ATTESO	
Risorse territoriali valorizzate con strategie di marketing ed analisi dei fattori del mercato	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> • Delineare le caratteristiche della filiera • Diversificare l'offerta dei prodotti della filiera • Associare le produzioni agricole, le tradizioni e le specificità alla promozione turistica del territorio • Qualificare e valorizzare i processi e i prodotti agroalimentari • Interpretare la domanda del mercato ed i gusti dei clienti • Promuovere la multifunzionalità svolta dalle imprese agricole (attività connesse) • Promuovere i prodotti agricoli anche attivando la filiera corta (vendita diretta, trasformazione ecc...) • Curare i rapporti con altri soggetti od enti per la valorizzazione delle risorse rurali e agroalimentari del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelli di marketing operativo e metodi di analisi della domanda e dell'offerta di mercato • Nozioni relative alla valorizzazione dei prodotti agricoli, e dei servizi multifunzionali e di diversificazione svolti dalle imprese agricole in funzione delle peculiarità del territorio, delle tradizioni e della cultura rurale, per integrare i servizi agrituristici con le specifiche proposte di valore • Nozioni di comunicazione pubblicitaria (meccanismi di comunicazione pubblicitaria e promozionale) per realizzare un piano di comunicazione pubblicitaria • Nozioni di psicologia e tecniche di comunicazione • Tecniche di promozione aziendale attraverso la valorizzazione dell'eco-sostenibilità dei prodotti e dei processi

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Valorizzazione in chiave turistica delle risorse rurali e agroalimentari. Risorse territoriali valorizzate con strategie di marketing ed analisi dei fattori del mercato.	Le operazioni di valorizzazione in chiave turistica delle risorse rurali e agroalimentari.	Piani di promozione e valorizzazione correttamente individuati; definizione di indicatori per la promozione dei prodotti agricoli.

COMPETENZA N. 4	
Progettazione e definizione di piani di turismo rurale integrato	
RISULTATO ATTESO	
Pacchetti strutturati di offerta turistica basati sull'integrazione delle componenti identitarie dell'area rurale, che rispondano alle esigenze del target di clienti identificato	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> • Strutturare un'offerta turistica rurale e di fruizione turistica integrata dei luoghi e delle attività • Promuovere filiere e reti per un'integrazione fra settori agroalimentare, artigianale, forestale, ambientale, turistico • Progettare piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta di turismo rurale e dei relativi servizi • Valorizzare il territorio in ottica esperienziale attraverso i percorsi del tipico • Organizzare una 'food community' locale e valorizzare i prodotti tipici come strumento di politiche di marketing • Prestare attenzione alle scelte o alle necessità alimentari del turista • Favorire l'accessibilità delle persone con disabilità o con bisogni di assistenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Elementi di pianificazione strategica e operativa applicata alla promozione turistica • Metodologie per la definizione delle caratteristiche di pacchetti turistici • Tecniche di segmentazione della clientela • Tecniche di analisi della domanda di servizi di turismo integrato • Tecniche di progettazione di itinerari di turismo integrato • Teorie del marketing per poter utilizzarne le strategie rispetto a bisogni e domanda, settori e mercati, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting e segmentation, marketing management • Modelli e strumenti del marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti • Marketing operativo per utilizzarne in maniera efficace i modelli e gli strumenti: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale • Leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità • Networking e reti di impresa • Funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti • Budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento necessario e valutazione della sostenibilità dell'iniziativa

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Progettazione e definizione di piani di turismo rurale integrato. Pacchetti strutturati di offerta turistica basati sull'integrazione delle componenti identitarie dell'area rurale, che rispondano alle esigenze del target di clienti identificato.	Le operazioni di progettazione e definizione di piani di turismo rurale integrato.	Individuazione degli attrattori turistici rurali; ideazione delle iniziative turistiche

COMPETENZA N. 5	
Gestione delle relazioni con i principali attori del settore turistico del territorio	
RISULTATO ATTESO	
Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> • Relazionarsi con i principali attori del settore turistico del territorio • Costruire partenariati e networking • Proporre servizi e prodotti customer-oriented • Assistere il cliente nella fruizione del servizio reso • Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente • Cogliere le aspettative e il grado di soddisfazione del cliente • Definire e adottare modalità di acquisizione e registrazione delle richieste, accogliendo le priorità espresse dal cliente • Impiegare uno stile comunicativo appropriato alla relazione con il cliente • Rilevare il grado di soddisfazione del cliente utilizzando appositi strumenti e traducendo i feedback ottenuti in elementi di maggiore accessibilità e fruibilità del servizio reso • Fornire informazioni rispondenti alle richieste del cliente • Adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate al target per l'erogazione di informazioni • Identificare i canali comunicativi più efficaci • Prevedere modalità e procedure per la gestione dei reclami 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale • Comunicazione, vendita e negoziazione • Tecniche per l'impiego del Sistema CRM [Customer Relationship Management] nelle sue varie declinazioni - CRM: definizione e obiettivi; CRM operativo; CRM analitico; CRM collaborativo; Data base e Data Warehouse • I bisogni del cliente - Customer care - Il cliente 2.0 • Tecniche di soddisfazione e fidelizzazione del cliente • Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento • Tecniche di customer care • Metodologie e tecniche di ascolto • Tecniche di customer marketing • Tecniche di customer satisfaction • Tecniche di archiviazione e classificazione delle informazioni relative ai clienti • Tecniche di marketing operativo • Elementi di communication plan • Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita • Sistemi di mappatura e monitoraggio dei punti di contatto con il cliente • Principi di gestione dei dati nel rispetto della normativa sulla privacy • Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione delle relazioni con i clienti Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente	Le operazioni di comunicazione, informazione e promozione dei servizi offerti ai clienti.	Esame di caratteristiche, bisogni e aspettative del cliente e le operazioni di codifica dei desideri e delle attese; utenza raggiunta e il numero di risposte positive sulla comunicazione; processi di acquisizione delle informazioni sulla valutazione del servizio da parte del cliente; elaborazione di proposte e azioni di miglioramento.

COMPETENZA N. 6	
Promozione dell'offerta locale di turismo integrato	
RISULTATO ATTESO	
Azioni di promozione dell'offerta di turismo rurale integrato adeguatamente sviluppate	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> Definire, pianificare e implementare azioni di promozione e marketing (strategico, operativo, web) della destinazione turistica Elaborare strategie di promozione dell'offerta turistica rurale integrata Individuare le tecniche e gli strumenti di promozione più attuali e di impatto: new media, marketing on line, soluzioni e-commerce, ecc. Collocare l'offerta turistica nei circuiti organizzati Organizzare iniziative ed itinerari promozionali turistici per la fruizione delle risorse dell'area rurale Interagire con compagnie di trasporti, strutture ricettive e turistiche in genere per il loro coinvolgimento all'interno di iniziative specifiche di promozione Identificare le priorità di intervento di un territorio per strutturare la promozione più efficace Identificare i bisogni e le aspettative che caratterizzano la popolazione di un territorio per poter strutturare l'attività di promozione più efficace Facilitare la collaborazione con istituzioni, enti, soggetti economici e imprenditoriali per la realizzazione degli interventi progettati 	<ul style="list-style-type: none"> Strategie e tecniche di promozione Strumenti per la strutturazione e la diffusione di informazioni Nuovi media (Web Marketing, User generated content, E-commerce, Pubblicità on line, Email marketing, direct mailing, Newsletter e mailing list, SEO e SEM, Web and Social Media Marketing) Unconventional marketing Tecniche di accoglienza e assistenza Destination management Gli eventi di promo-commercializzazione turistica Gli eventi di valorizzazione dei prodotti tipici Pre-experiences, core-experiences, post-experiences La comunicazione di prodotti/servizi turistici Metodologie e tecniche di diffusione e promozione delle diverse iniziative, dei progetti e delle attività Strategie di rete Marketing strategico Marketing operativo CRM e marketing diretto Web e social media marketing Marketing enogastronomico Revenue e channel management

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Promozione dell'offerta locale di turismo integrato. Azioni di promozione dell'offerta di turismo rurale integrato adeguatamente sviluppate.	Le operazioni di promozione dell'offerta locale di turismo integrato	Ideazione di piani di promozione dell'offerta locale di turismo integrato; identificazione dei diversi canali e delle diverse tecniche professionali; individuazione di un mix di canali e contenuti promozionali tali da garantire la massima penetrazione del mercato.

COMPETENZA N. 7	
Analisi e valutazione dell'offerta turistica progettata e promossa	
RISULTATO ATTESO	
Offerta di prodotti e servizi di turismo rurale integrato monitorata e controllata	
ABILITÀ	CONOSCENZE
<ul style="list-style-type: none"> • Curare il monitoraggio e l'analisi valutativa dell'offerta turistica progettata e dei servizi erogati • Raccogliere dati ed informazioni quali-quantitative, sull'andamento di mercato dell'offerta sviluppata, utilizzando diverse forme informative • Monitorare la soddisfazione dei clienti/utenti per predisporre eventuali aggiustamenti e/o modifiche • Interpretare l'andamento delle attività, analizzandone punti di forza e di debolezza nonché eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi previsti • Creare occasioni di scambio e di dialogo con gli altri operatori coinvolti nell'attività progettuale circa gli obiettivi prefissati ed i risultati raggiunti • Applicare tecniche di monitoraggio e metodi di valutazione dei risultati • Effettuare la valutazione economico-finanziaria dei risultati conseguiti 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di monitoraggio • Metodi e tecniche di valutazione • Sistema degli indicatori (realizzazione, risultato, impatto) • Principi e metodi del controllo di gestione • Basi di statistica • Contabilità di base

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Analisi e valutazione dell'offerta turistica progettata e promossa. Offerta di prodotti e servizi di turismo rurale integrato monitorata e controllata.	Le operazioni di analisi e valutazione dell'offerta turistica progettata e promossa.	Analisi e valutazione dell'offerta turistica progettata e promossa; individuazione delle criticità e delle azioni di miglioramento.