

**REPERTORIO**  
**DELLE QUALIFICAZIONI PROFESSIONALI DELLA REGIONE CAMPANIA**

<b>SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE<sup>1</sup></b>	
<b><u>SERVIZI TURISTICI</u></b>	
<b>Processo</b>	Servizi di viaggio e accompagnamento
<b>Sequenza di processo</b>	Sviluppo di piani di promozione turistica
<b>Area di attività</b>	ADA 19.19.42 Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali
<b>Qualificazione regionale</b>	Esperto di turismo rurale integrato
<b>Referenziazioni</b>	<p>Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011)          3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive ed assimilati</p> <p>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</p>
<b>Livello EQF</b>	7
<b>Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività</b>	<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 riconoscenza, 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 agrosilvopastoriale.</p> <p>È in grado di operare su sistemi di CRM e di sollecitare specifiche attività migliorative.</p>

<sup>1</sup> Rif. Accordo Stato-Regioni del 27 luglio 2011

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

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

**Indicazioni per la valutazione delle competenze**

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
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

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

#### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
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.

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

#### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
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"> <li>• Strutturare un'offerta turistica rurale e di fruizione turistica integrata dei luoghi e delle attività</li> <li>• Promuovere filiere e reti per un'integrazione fra settori agroalimentare, artigianale, forestale, ambientale, turistico</li> <li>• Progettare piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta di turismo rurale e dei relativi servizi</li> <li>• Valorizzare il territorio in ottica esperienziale attraverso i percorsi del tipico</li> <li>• Organizzare una 'food community' locale e valorizzare i prodotti tipici come strumento di politiche di marketing</li> <li>• Prestare attenzione alle scelte o alle necessità alimentari del turista</li> <li>• Favorire l'accessibilità delle persone con disabilità o con bisogni di assistenza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementi di pianificazione strategica e operativa applicata alla promozione turistica</li> <li>• Metodologie per la definizione delle caratteristiche di pacchetti turistici</li> <li>• Tecniche di segmentazione della clientela</li> <li>• Tecniche di analisi della domanda di servizi di turismo integrato</li> <li>• Tecniche di progettazione di itinerari di turismo integrato</li> <li>• 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</li> <li>• Modelli e strumenti del marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti</li> <li>• Marketing operativo per utilizzarne in maniera efficace i modelli e gli strumenti: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale</li> <li>• Leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità</li> <li>• Networking e reti di impresa</li> <li>• Funzionamento di tour operator, agenzie di viaggi e compagnie di trasporti</li> <li>• Budgeting per la quantificazione dell'entità dell'investimento necessario e valutazione della sostenibilità dell'iniziativa</li> </ul>

**Indicazioni per la valutazione delle competenze**

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

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

#### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
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.

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

#### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
<p>Promozione dell'offerta locale di turismo integrato.</p> <p>Azioni di promozione dell'offerta di turismo rurale integrato adeguatamente sviluppate.</p>	<p>Le operazioni di promozione dell'offerta locale di turismo integrato</p>	<p>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.</p>

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

#### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
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.