

#### **4.2.2.1.0 - Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici**

*Le professioni classificate in questa unità ricevono il pubblico nel momento del contatto con l'impresa o l'organizzazione, assistendolo nella corretta compilazione della modulistica necessaria ad avviare procedure amministrative o rispetto alle sue esigenze o richieste.*

#### **Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo**

Presentano il territorio, le strutture e i servizi che vengono messi a disposizione dei clienti. Valutano le motivazioni della presenza della clientela e cercano sempre più di favorire l'interazione produttiva fra territorio, l'impresa e la clientela. Forniscono assistenza e informazioni per fare in modo che i clienti possano apprezzare al meglio e il più velocemente possibile i vantaggi delle scelte che hanno effettuato.

#### ***Compiti innovati***

- fornire informazioni sulla qualità e tipologia di produttori locali in risposta alle richieste da parte della clientela, che risultano sempre più specifiche e specialistiche;
- indagare sui motivi di interesse della clientela per fornire consigli sugli itinerari nel territorio e sui livelli di gradimento delle offerte territoriali, anche svolgendo indagini sui livelli di performance dei fornitori;
- gestire in maniera più efficace le lamentele della clientela e predisporre il profilo di consumo.

#### ***Compiti nuovi***

- presentare il territorio e le sue caratteristiche informando anche relativamente alle possibilità di attività turistiche;
- valutare le motivazioni della presenza della clientela e cercare di favorire l'interazione fra territorio, impresa e clientela;
- fornire informazioni sui produttori territoriali e sulle opportunità di visita delle aziende produttrici di prodotti tipici;
- mettere in contatto i produttori/operatori territoriali con la clientela, in modo da poterne favorire il contatto e l'incontro;
- effettuare indagini sul territorio (site inspections) al fine di poter consigliare i clienti sulle possibilità offerte dalla località.

A fronte delle innovazioni e delle novità che si prevede saranno introdotte nell'esercizio della professione, l'intero sistema di competenze subirà dei cambiamenti. In particolare sono 15 le competenze individuate come caratterizzanti il Turismo nel medio periodo. Queste potranno rivelarsi molto importanti, mediamente importanti, scarsamente importanti o non influenti rispetto all'esercizio del ruolo professionale. Lo schema che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 15 competenze indicando la rilevanza o meno, per ognuna di esse, per l'unità professionale degli Addetti all'accoglienza.

**4.2.2.1.0 - Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici**

**C  
O  
M  
P  
E  
T  
E  
N  
Z  
E**

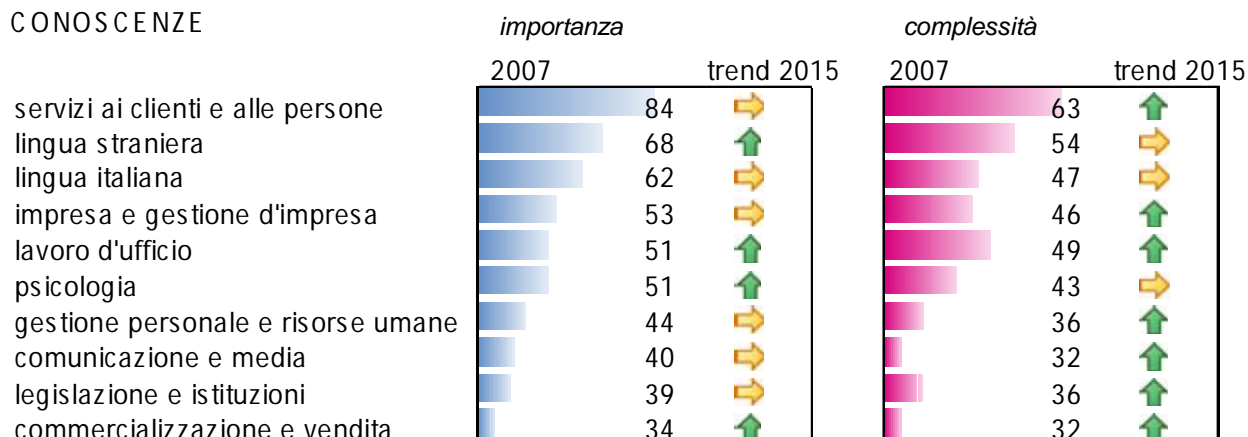
1	Essere in grado di definire le strategie e gli obiettivi della comunicazione via web ai diversi mercati e consumatori finali	X	
2	Essere in grado di scegliere i linguaggi e i contenuti della comunicazione per la presentazione dei prodotti sul web	C	
3	Essere in grado di definire e attuare le modalità di contatto dei segmenti target attraverso il web (e di gestire i rapporti via web con gli utenti del sito aziendale e con gli utenti dei blog)	X	
4	Essere in grado di monitorare tendenze, individuare cambiamenti ed evoluzioni nei gusti del pubblico che utilizza la rete e definire "valori" della qualità per diversi segmenti – target	B	
5	Essere in grado di declinare le tendenze di cambiamento in ipotesi di prodotto turistico e di nuovi servizi e costruire offerte e pacchetti di offerte ingegnerizzando il packaging e i possibili punti di assemblaggio da parte dei clienti	B	
6	Essere in grado di valutare l'apporto dei fornitori alla creazione del valore aziendale (analisi della supply chain)	B	
7	Essere in grado di definire le norme e le modalità di funzionamento per favorire la creazione e sviluppo di sistemi integrati territoriali per le produzioni turistiche	X	
8	Essere in grado di effettuare analisi territoriali per la individuazione degli elementi a potenziale sviluppo turistico	C	
9	Essere in grado di monitorare la formazione della percezione della qualità da parte dei clienti nei diversi momenti del ciclo produttivo	A	
10	Essere in grado di applicare le tecniche di revenue management e di definire il sistema per ottimizzare i rendimenti aziendali	X	
11	Essere in grado di costruire sistemi gestionali di controllo per il monitoraggio delle modalità di creazione dei flussi di costo e ricavo	X	
12	Essere in grado di effettuare l'analisi organizzativa aziendale per la ripartizione e la delega di compiti e obiettivi	C	
13	Essere in grado di formare i propri collaboratori anche durante lo svolgimento delle attività lavorative	B	
14	Essere in grado di rendere flessibile la propria organizzazione aziendale per essere pronta a recepire nuovi prodotti e attivare/modificare i propri processi	X	
15	Essere in grado di progettare l'andamento dei flussi di costo e di ricavo a sostegno delle attività aziendali e per la realizzazione di prodotti "coerenti	X	

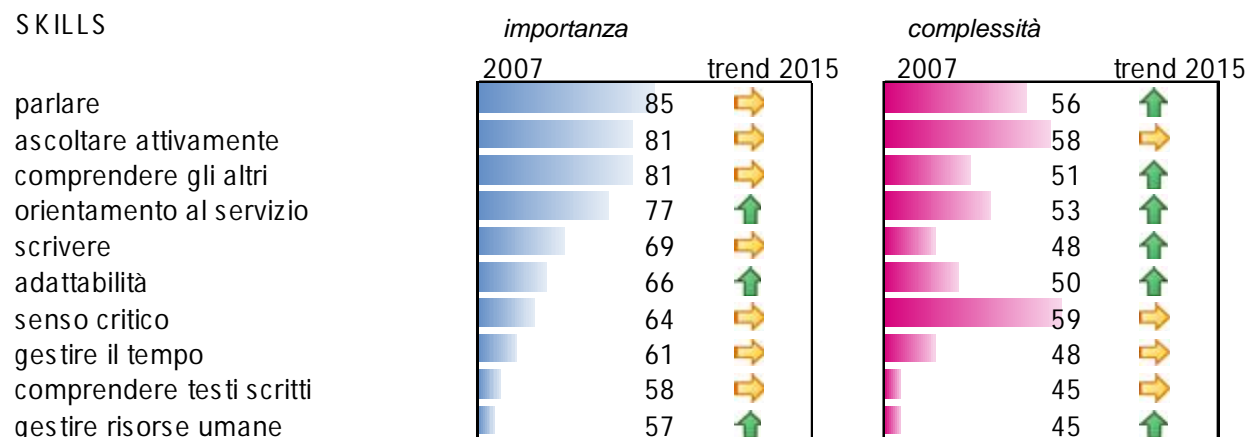
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

## Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale<sup>(\*)</sup>

### CONOSCENZE



### SKILLS



Legenda	
Crescita	↑
Stabilità	→
Declino	↓

<sup>(\*)</sup> Ci si riferisce agli esiti della prima edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2007. I risultati sono disponibili sul sito <http://fabbisogni.isfol.it>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di formazione. Nel quadro dell'indagine le *conoscenze* - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le *skills* - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite

L'*importanza* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La *complessità* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere

## **Indicazioni per il sistema dell'*education***

Il percorso formativo degli addetti all'accoglienza presuppone il possesso di diploma di maturità scuola media superiore possibilmente conseguito negli istituti specializzati nel settore turismo.

Gli addetti all'accoglienza generalmente rimangono nelle imprese di settore fino a percorrere interessanti carriere che in alcuni casi possono arrivare anche alla direzione aziendale. Può essere quindi opportuno anche un percorso formativo universitario almeno di primo livello con eventuale acquisizione di ulteriori specializzazioni relative al settore specifico in cui opera l'azienda. In questo caso il ventaglio delle offerte formative è attualmente estremamente ampio e consente una preparazione specialistica rispetto al ruolo da ricoprire anche in settori/ambiti specifici. I percorsi di carriera sono generalmente interni al settore ma in aziende diverse. E' consigliabile una forte conoscenza della pratica aziendale che può essere acquisita anche direttamente nell'impresa in cui si esercita il ruolo. Viene però valutata con maggiore attenzione una attività pratica che si è svolta in aziende diverse e all'estero anche per l'acquisizione di competenze linguistiche scritte e orali.

Lo sviluppo del ruolo professionale, sempre più caratterizzato dalla necessità di presentare e vendere il territorio, richiede che anche la formazione di queste figure si indirizzi verso una maggiore capacità di analisi e di presentazione delle caratteristiche che potrebbero potenzialmente interessare i consumatori. In questo senso la formazione dovrebbe incentrarsi anche sui seguenti temi:

- psicologia del turismo;
- evoluzione dei mercati turistici: i bisogni e i nuovi modelli di consumo;
- principi di progettazione del prodotto turistico;
- componenti e metodi di costruzione dei prodotti turistici territoriali;
- marketing turistico;
- internet marketing nel business dell'ospitalità;
- distribuzione del prodotto hotel;
- customer relationship management nel business dell'ospitalità;
- sistema di qualità nelle imprese turistiche;
- mercati, le evoluzioni del turismo e i canali di distribuzione di prodotti turistici.
- tecnica delle vendite;
- tecniche e metodi di gestione dei rapporti interpersonali;
- tecniche di approccio, di relazione e di animazione per le persone con disabilità.