

5.2.3.2.0 - Accompagnatori turistici

Le professioni comprese in questa unità assistono e accompagnano visitatori e turisti nei giri panoramici e nelle visite a scorci, a quartieri e a luoghi suggestivi di città.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo

La guida opera anche con i clienti non organizzati dalla intermediazione ed è in possesso di conoscenze specifiche su particolari luoghi di interesse turistico. Nel medio termine dovranno implementare le attività di assistenza tecnica alla clientela, cercando di comprenderne le motivazioni e i desideri e consigliarla sulle scelte più opportune di utilizzazione delle offerte presenti sul territorio di competenza.

Compiti innovati

- gli ambiti tematici d'intervento sono sempre più ampi e si è chiamati a una maggiore interpretazione della narrazione al fine di generare un maggiore coinvolgimento della clientela, anche in termini emozionali;
- sempre maggiore specializzazione nei confronti di tematismi e interessi turistici specifici, ad es. quelli legati a sport, enogastronomia, peculiarità dei territori sui quali si opera;
- rapportarsi sempre più con gli enti locali e soggetti preposti alla *governance*, per la corretta implementazione delle iniziative di sviluppo turistico locale;
- effettuare analisi sulla prestazione dei fornitori di servizi valutandone l'apporto in termini di valore aggiunto alla prestazione globale e riportandone le opportune osservazioni

Compiti nuovi

- collaborare con gli altri operatori e produttori turistici alla analisi dei profili possibili di clientela effettuando analisi sui clienti sia in presenza che attraverso l'utilizzazione di moderni mezzi di comunicazione;
- analizzare le motivazioni della clientela che gli è affidata e, dietro autorizzazione da parte del committente, suggerire e modificare lo svolgimento dei programmi di viaggio utilizzando prodotti già predisposti da parte del Tour operator o altro produttore in possesso delle necessarie autorizzazioni (accompagnatore);
- analizzare le motivazioni della clientela e fornire indicazioni e servizi di guida per sviluppare percorsi di visita tagliati su misura del cliente (guida);
- svolgere analisi sulle potenzialità di sviluppo di nuovi prodotti turistici nei territori in cui svolge la sua attività, valutando anche la possibilità di integrazione con altri produttori sia del sistema turistico che di altri ambiti economici.

A fronte delle innovazioni 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 per indicando la rilevanza o meno, per ognuna di esse, per l'unità professionale degli Accompagnatori turistici.

5.2.3.2.0 - Accompagnatori turistici

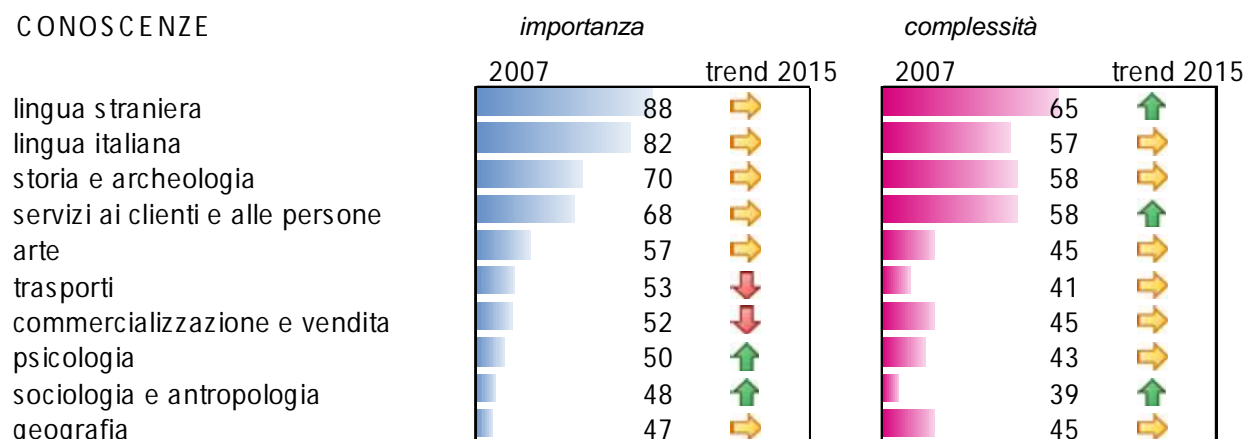
COMPETENZE

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	X	
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	X	
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	C	
6	Essere in grado di valutare l'apporto dei fornitori alla creazione del valore aziendale (analisi della supply chain)	C	
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	X	
13	Essere in grado di formare i propri collaboratori anche durante lo svolgimento delle attività lavorative	X	
14	Essere in grado di rendere flessibile la propria organizzazione aziendale per essere pronta a recepire nuovi prodotti e attivare/modificare i propri processi	C	
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	

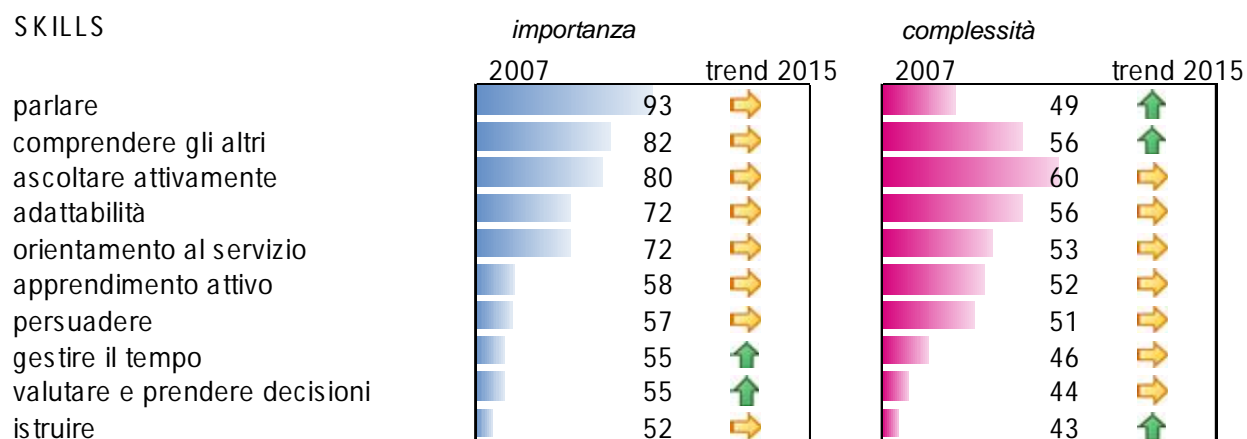
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale^(*)

CONOSCENZE



SKILLS



<i>Legenda</i>	
Crescita	↑
Stabilità	→
Declino	↓

^(*) 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*

L'accesso alle due professioni presuppone il sostenimento di un esame obbligatorio di qualifica e la successiva iscrizione ad albi professionali. Nel caso delle guide l'esercizio della professione può essere svolto entro i confini della regione presso cui si acquisita la qualifica. L'accompagnatore è invece abilitato alla professione sull'intero territorio nazionale.

Non esistono percorsi formativi standardizzati per le due figure professionali e gli stessi programmi di esame variano spesso in maniera considerevole da regione a regione.

Esistono però dei corsi di formazione di preparazione all'esame proposti da molte agenzie formative e organizzati naturalmente a livello regionale.

- evoluzione dei mercati turistici: i bisogni e i nuovi modelli di consumo
- componenti e metodi di costruzione dei prodotti turistici territoriali;
- marketing turistico e il marketing sul web;
- mercati, le evoluzioni del turismo e i canali di distribuzione di prodotti turistici;
- tecniche e metodi per la costruzione di prodotti turistici taylor made;
- customer relationship management nei prodotti turistici;
- psicologia del turismo;
- tecniche e metodi per l'accoglienza e per la gestione dei rapporti interpersonali;
- tecniche di approccio, di relazione e di animazione per le persone con disabilità.