

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire l'offerta, i prezzi e le iniziative promozionali dei servizi di ricettività, a partire dall'analisi dei dati di mercato e di redditività

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Analisi di mercato: **3 casi**

Dimensione 2 - Definizione dell'offerta: **8 casi**

Dimensione 3 - Iniziative promozionali: **3 casi**

Dimensione 4 - Ottimizzazione dei profitti: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Pianificare e programmare i flussi di lavoro e le attività, anche tenendo conto di situazioni contingenti, gestendo le risorse della struttura ricettiva

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Pianificazione dei flussi di lavoro: **4 casi**

Dimensione 2 - Gestione operativa del personale: **6 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Stabilire le politiche di customer satisfaction nei servizi di ricettività, a partire dall'individuazione dei fabbisogni della clientela, definendo strategie e modalità operative finalizzate a massimizzare la soddisfazione del cliente

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Politiche di customer satisfaction: **4 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 4 - Governare i processi di approvvigionamento e di manutenzione nei servizi di ricettività turistica, in base alle strategie di offerta, gestendo i rapporti con i fornitori e con le società di manutenzione incaricate

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Organizzazione dell'approvvigionamento: **7 casi**

Dimensione 2 - Organizzazione della manutenzione: **5 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Definire l'offerta, i prezzi e le iniziative promozionali dei servizi di ricettività, a partire dall'analisi dei dati di mercato e di redditività

1 - ANALISI DI MERCATO

Grado di complessità 3

1.3 NUOVA APERTURA

Analizzare, al fine di aprire una nuova struttura alberghiera, la tendenza passata in termini di evoluzione della struttura della ricettività nella destinazione turistica individuata, la migliore location, il grado di accessibilità e l'esistenza di gruppi o catene alberghiere nazionali e internazionali

Grado di complessità 2

1.2 RIPOSIZIONAMENTO OFFERTA

Individuare gli elementi per elaborare una strategia di riposizionamento della propria offerta alberghiera attraverso lo studio dell'evoluzione della domanda turistica e l'analisi dell'offerta dei competitors

Grado di complessità 1

1.1 MANTENIMENTO VANTAGGIO COMPETITIVO

Individuare gli elementi utili a mantenere il proprio vantaggio competitivo, individuando e analizzando la concorrenza diretta e indiretta e studiando l'evoluzione dell'offerta di ricettività alberghiera

2 - DEFINIZIONE DELL'OFFERTA

Grado di complessità 4

2.4 CATENE ALBERGHIERE

Definire un'offerta condivisa tra le strutture dell'organizzazione, osservando standard di servizio, dotazioni e comfort stabiliti nell'ambito di un sistema decisionale con sviluppo di strategie e politiche comuni, e qualità di servizio certificata e verificata

Grado di complessità 3

2.3 VILLAGGIO TURISTICO E CAMPEGGIO

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

Definire l'offerta per servizi di struttura ricettiva extra-alberghiera, con alloggi individuali, servizi accessori e dotazioni sportive e ricreative. Definire un'offerta per spazi in sosta libera o aree attrezzate, tesa a garantire standard diversi di ospitalità, con attrezzatura del turista o con noleggio di roulotte o bungalow

Grado di complessità 2

2.2 ALBERGHI/HOTEL

Definire un'offerta con diversi livelli di spesa, in accordo alla stagionalità e tesa a garantire standard diversi di ospitalità, comfort, servizi accessori e dotazioni, location

Grado di complessità 1

2.1 PENSIONI

Definire un'offerta con spesa contenuta tesa a garantire un ambiente intimo e ospitale, con clima familiare e informale, comfort base, senza servizi accessori

2.1 B&B/GARNÌ

Definire un'offerta con spesa molto contenuta, garantendo standard minimi di servizi e dotazioni in un alloggio turistico informale

2.1 APARTHOTEL

Definire un'offerta che preveda la disponibilità di un appartamento - stanza con angolo cottura - garantendo standard diversi di servizi accessori e dotazioni

2.1 OSTELLO

Definire l'offerta relativa a strutture alberghiere di fascia bassa, con offerta di servizi minimi e camere condivise

2.1 MOTEL

Definire un'offerta comprendente servizi di alloggio e ricovero dell'automobile, con prezzi contenuti e tariffe orarie

3 - INIZIATIVE PROMOZIONALI

Grado di complessità 3

3.3 BRAND BUILDING

Sviluppare iniziative promozionali collegate a strategie di brand building (es. costituzione di circuiti di imprese) tese a fidelizzare la clientela attraverso la riconoscibilità di un marchio

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

Grado di complessità 2

3.2 SOCIAL MEDIA MARKETING

Promuovere l'offerta attraverso strumenti di social media marketing (es. sito, newsletter, Facebook, pay-per-click) mantenendo vivo nel tempo l'interesse della clientela

Grado di complessità 1

3.1 PROMOZIONE DIRETTA

Realizzare attività di promozione diretta in struttura (es. presentazione di nuovi servizi accessori, dotazioni, eventi) o presso enti (es. agenzie turistiche, info point)

4 - OTTIMIZZAZIONE DEI PROFITTI

Grado di complessità 3

4.3 GESTIONE INFORMATIZZATA

Utilizzare software di revenue management in grado di supportare le decisioni tese ad ottimizzare i profitti sulla base di dati storici e previsionali

Grado di complessità 2

4.2 STRATEGIE DI OTTIMIZZAZIONE

Elaborare strategie per ottimizzare i profitti agendo sia sulla riduzione dei costi che sull'aumento dei ricavi sfruttando al meglio le risorse a disposizione e le opportunità offerte dal mercato

Grado di complessità 1

4.1 MONITORAGGIO

Registrare, a partire dalla definizione di un sistema di indicatori di redditività dei diversi centri di costo aziendali, i dati funzionali alla stesura di report periodici che evidenzino le situazioni virtuose e le eventuali criticità

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Contesto di riferimento in termini quali-quantitativi
- Ciclicità/stagionalità della domanda
- Nuove tendenze in materia di strutture ricettive
- Caratteristiche della concorrenza
- Evoluzione domanda turistica
- Visione e missione aziendale
- Standard di servizio
- Tipologia di struttura (dimensione, dotazioni, spazi e aree per leisure, parcheggio, ecc.)
- Tipologia ricettiva: pensione, B&B/garnì, aparthotel, ostello, motel, albergo/hotel, villaggio turistico, campeggio, catene alberghiere
- Indicatori di redditività dei diversi centri di costo aziendali

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato (per mantenimento vantaggio competitivo, per nuova apertura, per riposizionamento offerta)
- Metodi e tecniche di elaborazione dei dati
- Metodi e tecniche di definizione di offerta per tipologia di struttura ricettiva: pensione, B&B/garnì, aparthotel, ostello, motel, albergo/hotel, villaggio turistico, campeggio, catena alberghiera
- Tecniche di pricing
- Tecniche di revenue management
- Metodi e tecniche di sviluppo di un piano di comunicazione e promozionale

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Dati rilevati dall'analisi del mercato elaborati
- Strategie promozionali (promozione diretta, brand building, social media marketing) definite
- Offerta e standard di servizio definiti
- Prezzi e strategie di ottimizzazione dei profitti definiti

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di analisi del mercato
2. L'insieme delle tecniche di sviluppo di un'offerta per le diverse tipologie di strutture ricettive
3. L'insieme delle tecniche di pricing e revenue management

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Per la definizione dell'offerta: (i) Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di dati di mercato, definizione dell'offerta di ricettività per almeno una tipologia di struttura ricettiva (data fra: B&B/garnì, albergo/hotel, villaggio turistico, campeggio)
2. Per la definizione delle strategie di prezzo: (i) Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da indicatori dei diversi centri di costo aziendali (dati) e dalla formulazione dell'offerta di cui alla prima prova prestazionale, individuazione dei prezzi da applicare; (ii) Colloquio tecnico relativo alle modalità di promozione di un servizio di ricettività (canali, variabili da tenere in considerazione, target), partendo dall'offerta definita nella prova prestazionale

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Pianificare e programmare i flussi di lavoro e le attività, anche tenendo conto di situazioni contingenti, gestendo le risorse della struttura ricettiva

1 - PIANIFICAZIONE DEI FLUSSI DI LAVORO

Grado di complessità 3

1.3 GESTIONE DELLE CRITICITÀ

Rilevare, in presenza di criticità organizzative, evidenti o segnalate, il punto di origine all'interno del flusso produttivo e agire sulle cause al fine di ridurre/eliminare la loro incidenza rispetto al corretto funzionamento aziendale

Grado di complessità 2

1.2 FLUSSI DI LAVORO STRAORDINARI

Rimodulare la pianificazione dei flussi di lavoro in relazione a momenti di attività straordinari (es. settimane bianche, ponti festivi, congressi) riorganizzando il personale in servizio anche sulla base delle caratteristiche del personale aggiuntivo reclutato per far fronte all'evenienza

Grado di complessità 1

1.1 FLUSSI ORDINARI IN PICCOLE STRUTTURE

Pianificare i flussi di lavoro interni ed esterni, tenute in debita considerazione, da un lato, le peculiarità della propria offerta recettiva e dall'altro, la sostenibilità economica dell'esercizio, perseguendo obiettivi di efficacia ed efficienza attraverso la chiara assegnazione di ruoli e responsabilità al personale dei vari reparti (es. reception, piani, bar), costruendo team di lavoro equilibrati, esplicitando le modalità di relazione gerarchica, definendo l'orario di lavoro e le necessità di turnazione anche sulla base dei piani ferie e permessi complessivi

1.1 FLUSSI ORDINARI IN STRUTTURE MEDIO GRANDI

Gestire la pianificazione ordinaria dei flussi di lavoro all'interno di strutture recettive medio grandi, anche con una distribuzione su più sedi operative, la cui complessità ed articolazione richiede spesso l'utilizzo di sistemi informatizzati specifici

2 - GESTIONE OPERATIVA DEL PERSONALE

Grado di complessità 5

2.5 GESTIONE CONFLITTI

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

Osservare, cogliere e registrare situazioni palesemente conflittuali ovvero situazioni critiche latenti che vedono coinvolti i membri dello staff aziendale, avendo cura di mettere in atto strategie di risoluzione dei conflitti condivise (es. chiarimenti, riorganizzazioni interne) ovvero, in presenza di situazioni gravi, procedendo d'ufficio all'applicazione di sanzioni disciplinari previste dal regolamento interno

Grado di complessità 4

2.4 DIVERSITY MANAGEMENT

Gestire e ottimizzare la diversità all'interno del team e trasformare diversità culturali, razziali e di altro genere in opportunità

Grado di complessità 3

2.3 FORMAZIONE E ADDESTRAMENTO

Pianificare interventi di formazione e addestramento dei lavoratori previsti da normative specifiche del settore ristorativo ovvero finalizzati all'innalzamento, ottimizzazione delle performance lavorative del dipendente avendo cura di condividere con lo stesso la tipologia di interventi da seguire e le finalità in un'ottica di condivisione e reciproco vantaggio

2.3 MOTIVAZIONE E INCENTIVAZIONE

Mettere in atto azioni finalizzate alla condivisione della vision aziendale tra tutti gli operatori della struttura recettiva (es. incontri periodici di confronto, comunicazione dei risultati conseguiti), distinguendo i fattori motivazionali interni ed esterni che hanno un impatto sul rendimento del singolo e del gruppo e predisponendo adeguati piani di incentivazione e progressione di carriera

Grado di complessità 2

2.2 SELEZIONE DEL PERSONALE

Provvedere all'individuazione e alla selezione del personale da inserire in azienda, valutandone direttamente, a seconda del profilo e del ruolo ricercato, esperienza pregressa, abilità tecnico-professionali, attitudini, raccogliendo segnalazioni ed impressioni provenienti da soggetti conosciuti e stimati (canali diretti) ovvero attivando canali di ricerca indiretti tradizionali (es. CPI, inserzioni su giornali, banche dati) e innovativi (es. LinkedIn)

Grado di complessità 1

2.1 DIMENSIONAMENTO

Individuare, nel rispetto delle strategie di posizionamento sul mercato e dei vincoli economici stabiliti, il numero, la tipologia e le caratteristiche delle professionalità necessarie a presidiare efficacemente i flussi di lavoro in modo da garantire la tipologia e la qualità del servizio recettivo

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

auspicato e atteso dalla clientela

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Dimensioni e tipologia di struttura ricettiva (piccola, media, grande, con più sedi operative)
- Reparti (es. reception, piani, bar)
- Visione e missione aziendale
- Tipologia di offerta e standard di servizio
- Quantità e qualità di risorse impiegate
- Canali di ricerca del personale
- Stagionalità
- Risorse e vincoli economici
- Software specifici
- Normative specifiche del settore ricettivo e ristorativo

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di gestione delle risorse umane
- Metodi e tecniche di pianificazione dei flussi di lavoro

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Fabbisogno di risorse umane pianificato
- Flussi di lavoro pianificati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di gestione delle risorse umane
2. L'insieme delle tecniche di pianificazione dei flussi di lavoro (ordinari e straordinari per le diverse tipologie e dimensioni delle strutture ricettive)

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da una tipologia di struttura ricettiva (di dimensione medio-piccola o grande, e di servizio offerto), definizione delle risorse umane necessarie e pianificazione dei flussi di lavoro
2. Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione operativa del personale in caso di una criticità data

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Stabilire le politiche di customer satisfaction nei servizi di ricettività, a partire dall'individuazione dei fabbisogni della clientela, definendo strategie e modalità operative finalizzate a massimizzare la soddisfazione del cliente

1 - POLITICHE DI CUSTOMER SATISFACTION

Grado di complessità 3

1.3 PIANO DI MIGLIORAMENTO

Definire, sulla base dei risultati dell'analisi dei dati comunque rilevati, un piano operativo di miglioramento teso a ridurre/eliminare le criticità riscontrate coinvolgendo tutte le componenti della struttura che, con diversi livelli di responsabilità, incidono sulla soddisfazione della clientela

Grado di complessità 2

1.2 RILEVAZIONE DIRETTA

Sensibilizzare, a partire dal sistema di indicatori definito, il personale a diretto contatto con la clientela (es. addetti al ricevimento, portieri, camerieri ai piani, maître d'hotel) alla rilevazione di ogni elemento che possa fornire utili indicazioni sul livello di soddisfazione del servizio erogato, attivando, se possibile, immediate azioni correttive direttamente con la clientela (es. sostituzione stanza, offerta di servizi accessori, applicazione di sconti sul conto finale)

1.2 RILEVAZIONE INDIRETTA

Monitorare il livello di soddisfazione della clientela attraverso l'analisi delle recensioni presenti su portali web dedicati (es. TripAdvisor) o su pubblicazioni di settore (es. guide turistiche), curando la fase di socializzazione dei dati rilevati all'interno della struttura ricettiva

Grado di complessità 1

1.1 DEFINIZIONE INDICATORI

Caratterizzare, sulla base della tipologia del servizio ricettivo offerto, le aspettative della clientela e definire un sistema di indicatori in grado di monitorarne la soddisfazione dettagliando le modalità operative di rilevazione (es. questionario per strutture alberghiere)

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Tipologia e standard di servizio offerto
- Tipologia e caratteristiche della clientela di riferimento
- Questionari cartacei e form on line finalizzati all'acquisizione del grado di soddisfazione del cliente e all'acquisizione dei dati dello stesso
- Dati e indicazioni dirette osservate dal personale della struttura
- Dati social media (recensioni presenti su portali web dedicati, es. TripAdvisor)
- Recensioni su guide turistiche

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di definizione di indicatori di rilevazione della customer satisfaction
- Metodi e tecniche di elaborazione dei dati rilevati
- Metodi e tecniche di sviluppo di un piano di azioni correttive e miglioramento

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Indicatori di rilevazione della customer satisfaction definiti
- Dati elaborati
- Piani di miglioramento sviluppati

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di rilevazione, analisi e interpretazione della customer satisfaction

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di dati relativi al grado di soddisfazione di un numero cospicuo di clienti: elaborazione dei dati; presentazione dei risultati
2. Colloquio tecnico relativo a definizione di azioni di miglioramento del servizio, sulla base di quanto emerso dai risultati della prova prestazionale

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 4 - Governare i processi di approvvigionamento e di manutenzione nei servizi di ricettività turistica, in base alle strategie di offerta, gestendo i rapporti con i fornitori e con le società di manutenzione incaricate

1 - ORGANIZZAZIONE DELL'APPROVVIGIONAMENTO

Grado di complessità 5

1.5 GESTIONE ACQUISTO DI ATTREZZATURE

Gestire, a partire dalle esigenze della struttura relative all'ampliamento o rinnovo delle attrezzature, la fase di contrattazione con uno o più fornitori relativa all'acquisto del prodotto che meglio soddisfa i vincoli tecnici ed economici prestabiliti con i diretti utilizzatori e con la proprietà

Grado di complessità 4

1.4 CONTRATTI STANDARD DI FORNITURA

Definire contratti standard di fornitura a ordine ripetuto completi della elencazione delle tipologie merceologiche trattate, del listino prezzi, chiuso o aperto, e degli impegni reciproci sui tempi di ordine e consegna

1.4 CONTRATTI A CONDIZIONI SPECIALI

Definire contratti di fornitura a condizioni speciali con particolare riferimento al diritto di accettazione della merce con riserva e al contenuto della sezione relativa alle penali (es. per mancato rispetto dei tempi)

Grado di complessità 3

1.3 VALUTAZIONE FORNITORI

Impostare un sistema valutazione della qualità dei singoli fornitori basato su indicatori osservabili e attendibili, definendo in particolare le modalità di tracciabilità e registrazione degli stessi ai vari livelli della struttura ricettiva

Grado di complessità 2

1.2 RICERCA FORNITORI

Effettuare la ricerca di nuovi fornitori in grado di soddisfare nuove esigenze d'acquisto (es. sali da bagno, pantofole usa/getta, oli essenziali) o di garantire migliori condizioni contrattuali (es. rapporto qualità prezzo, termini di consegna e pagamento) rispetto a quelli attualmente utilizzati

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI BISOGNI

Definire, a partire dallo storico dei dati sull'impiego di materie prime e materiali di consumo, il fabbisogno su base periodica (es. giornaliera, settimanale, mensile) necessario per il funzionamento della struttura ricettiva in relazione alle previsioni di lavoro

1.1 STIMA PREVISIONALE BISOGNI

Effettuare, nel caso di avvio di una nuova struttura ristorativa o di una modifica/aggiunta dei servizi offerti (es. offerta servizio catering), una stima previsionale dei bisogni a breve e medio termine in modo funzionale alla ricerca di fornitori in grado di supportare l'iniziativa

2 - ORGANIZZAZIONE DELLA MANUTENZIONE

Grado di complessità 3

2.3 CONTRATTI DI MANUTENZIONE

Definire contratti di manutenzione continuativa della struttura ricettiva che prevedano ad esempio verifiche periodiche della funzionalità delle attrezzature e accordi per la sostituzione di componenti usurabili (es. guarnizioni, filtri)

2.3 CONTRATTI DI PRONTO INTERVENTO

Definire contratti di pronto intervento per garantire il ripristino della funzionalità di attrezzature malfunzionanti in tempi ridotti e certi a condizioni favorevoli

Grado di complessità 2

2.2 REPORTISTICA

Registrare l'incidenza degli interventi manutentivi secondo criteri statistici funzionali alla presa di decisioni sulla necessità di programmare interventi migliorativi tesi a ridurre i costi e/o i disagi produttivi

Grado di complessità 1

2.1 MANUTENZIONE PREVENTIVA

Pianificare gli interventi di manutenzione preventiva (ordinaria e straordinaria), al fine di assicurare il corretto e costante funzionamento della struttura ricettiva, definendo procedure, compiti, tempistiche e standard di risultato

2.1 MANUTENZIONE CORRETTIVA

Gestire gli interventi correttivi in caso di malfunzionamenti improvvisi di attrezzature, attivando le

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

società di manutenzione incaricate, fornendo supporto ai tecnici esterni e supervisionando il loro operato al fine di ripristinarne la completa funzionalità nel minor tempo possibile

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 4

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Tipologia e dimensioni struttura ricettiva
- Standard di servizio
- Bacino clienti (reale e potenziale)
- Stagionalità
- Storico dei dati sull'impiego di materie prime e materiali di consumo
- Parco fornitori
- Internet o altre fonti per la ricerca di nuovi fornitori
- Listini prezzi
- Risorse e vincoli economici
- Dispositivi, strumenti, attrezzature della struttura ricettiva
- Software specifici
- Registri e report

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di pianificazione degli approvvigionamenti (materie prime, attrezzature)
- Metodi e tecniche di valutazione dei fornitori e delle forniture
- Metodi e tecniche di contrattazione delle forniture
- Metodi e tecniche di monitoraggio manutenzione ordinaria e straordinaria

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Piano degli approvvigionamenti definito
- Fornitori individuati
- Contratti di fornitura (standard, a condizioni speciali, di pronto intervento, ecc.) definiti
- Attrezzature e dotazioni correttamente mantenute

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di gestione degli approvvigionamenti e di contrattazione delle forniture

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di dati (tipologia e dimensioni struttura ricettiva, standard di servizio, bacino clienti stagionalità, storico dei dati sull'impiego di materie prime e materiali di consumo) definire un piano di approvvigionamenti di materie prime (periodico)

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

2. Colloquio tecnico relativo a modalità di gestione di contrattazione di una fornitura di materie prime e di attrezzature

ADA.23.02.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI RICETTIVITÀ TURISTICA

FONTI

Qualificazioni presenti nell'atlante

Repertorio delle qualificazioni della Regione FVG

Dammacco Salvatore, "Le imprese alberghiere", Ed. Maggioli Editore, 2016

Di Pietro Ilaria, "Il management dell'impresa alberghiera", Ed. Hoepli, 2016

Fierro Giuseppe, "Marketing e management delle imprese di ristorazione", Ed. Hoepli, 2015

Fierro Giuseppe, "Food & Beverage Management", Ed. Hoepli, 2006

D'Egidio Franco, "Il global service management (GSM)", Ed. Franco Angeli, 1993

Grasso Franco, "Oltre il Revenue Management alberghiero", Ed. Hoepli, 2012

Bonfiglietti Filippo, "La gestione professionale dell'azienda alberghiera", Ed. Franco Angeli, 2010

Nobbio C., Andreoletti R., "Il manuale del direttore d'albergo", Ed. Tecniche Nuove, 2016