

**SCHEDA DI CASO**

**RISULTATO ATTESO 2** - Promuovere il business del servizio di mediazione ed agenzia nel trasporto marittimo, utilizzando media e canali informativi dedicati

**1 - PROMOZIONE COMMERCIALE DEL SERVIZIO DI MEDIAZIONE O AGENZIA**

Grado di complessità 3

**1.3 GESTIONE REPUTAZIONE E CODICE DEONTOLOGICO**

Mettere in atto comportamenti coerenti con la reputazione conquistata (my word is my bond), interpretando il codice deontologico nelle sue diverse declinazioni nazionali, mantenendo nel corso del tempo relazioni leali e cordiali con gli attori rilevanti del settore, comunicando fluentemente in inglese secondo la terminologia in uso nella marina mercantile mondiale

Grado di complessità 2

**1.2 COMUNICAZIONE E GESTIONE RELAZIONI**

Effettuare visite dirette ai clienti; partecipare attivamente a fiere ed incontri di settore, applicare tecniche promozionali al fine di acquisire l'interesse da parte di potenziali clienti, redigere comunicati ed articoli promozionali sulle riviste e le pubblicazioni di settore, divulgare gli accordi stipulati

Grado di complessità 1

**1.1 ANALISI DI MERCATO**

Individuare i mercati di riferimento nelle loro segmentazioni (per tipologia di imbarcazione, per area geografica e per configurazione di mercato e reti geopolitiche); analizzare il mercato di interesse, individuare gli attori che hanno più attinenza con il proprio business, acquisendo informazioni a tutto campo, tenendosi aggiornati sulle tendenze, sui nuovi prodotti, le normative in ambito di trasporto marittimo e sullo sviluppo del business dei competitor sui diversi mercati

**SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2**

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

- Caratteristiche dei mercati e loro segmentazione (tipologia di imbarcazione, area geografica, configurazione di mercato, reti geopolitiche)
- Tendenze, nuovi prodotti ed innovazioni normative in ambito di trasporto marittimo
- Normativa della mediazione marittima
- Privilegi e ipoteche nella legislazione britannica
- Proprietà della nave, impresa di navigazione, privilegi ed ipoteche nella legislazione italiana
- Codice deontologico dei mediatori marittimi
- Costi delle imprese di navigazione
- Responsabilità e funzioni dell'armatore, del noleggiatore, del raccomandatario e del comandante

**TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Metodi di analisi del business dei competitor sui diversi mercati delle imbarcazioni
- Tecniche di promozione mediante i canali informativi dedicati al mercato delle imbarcazioni
- Tecniche di interazione col cliente
- Tecniche di marketing operativo
- Tecniche di pubbliche relazioni
- Tecniche di segmentazione dei mercati
- Tecniche promozionali

**OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Promozione commerciale dei servizi di mediazione o agenzia implementata
- Nuovi contatti validi per il business attivati
- Clienti storici fidelizzati

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

**ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. L'insieme dei mercati di mediazione ed agenzia nel trasporto marittimo
2. L'intero insieme di tecniche di analisi del mercato e promozione del business
3. Un set di fonti informative
4. Un caso di agenzia

**DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

## ADA.11.01.05 - SERVIZI DI MEDIAZIONE ED AGENZIA NEL TRASPORTO MARITTIMO

1. Prova prestazionale: per almeno due tipologie di mercati, sulla base del set di fonti dato, impostazione e rappresentazione, in lingua inglese, del processo di analisi, rivolto alla promozione della agenzia
2. Colloquio tecnico relativo alla gestione del capitale reputazionale ed all'applicazione del codice deontologico

## ADA.11.01.05 - SERVIZI DI MEDIAZIONE ED AGENZIA NEL TRASPORTO MARITTIMO

### FONTI

- Repertorio Ligure delle Figure professionali, <http://professioniweb.regione.liguria.it/>
- Scuola Nazionale dei Trasporti e Logistica, Corso di Preparazione all'esame per l'iscrizione al ruolo dei mediatori marittimi, La Spezia 2009
- Legge n. 135 del 4 aprile 1977 (professione di raccomandatario marittimo)