

ADA.20.01.05 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ACCONCIATURA DELLA PERSONA (BARBIERI E PARRUCCHIERI)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare l'offerta dei servizi di acconciatura, in coerenza con le tendenze dettate dalla moda e in rapporto alle esigenze della clientela, avendo cura di definire e promuovere azioni di comunicazione e promozione degli stessi

1 - SVILUPPO SERVIZI

Grado di complessità 3

1.3 SERVIZI INNOVATIVI

Valutare costi e benefici nello sviluppare un nuovo servizio ad esempio con l'utilizzo di attrezzature all'avanguardia o di prodotti innovativi

Grado di complessità 2

1.2 RIPOSIZIONAMENTO OFFERTA

Individuare gli elementi per elaborare una strategia di riposizionamento della propria offerta (nuovi servizi, filosofia applicata, ambientazione) attraverso lo studio della evoluzione della richiesta dei clienti dei saloni di acconciatura e l'analisi della offerta dei competitors

Grado di complessità 1

1.1 MANTENIMENTO VANTAGGIO COMPETITIVO

Individuare gli elementi utili per valutare il piazzamento della propria azienda (reputazione, indicatori fatturato/costo, dinamica prezzi), individuando e analizzando la concorrenza diretta e indiretta e studiando l'evoluzione dell'offerta del mercato dei saloni/servizi di acconciatura

2 - PROMOZIONE/VENDITA

Grado di complessità 3

2.3 VALUTAZIONE

Valutare l'efficacia delle attività promozionali svolte avvalendosi eventualmente di una consulenza specializzata in caso di campagne promozionali importanti (es. lancio nuova struttura)

2.3 FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

Fidelizzare il cliente attraverso più modalità (es. promozioni, scontistiche, omaggi fedeltà, buoni regalo...)

ADA.20.01.05 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ACCONCIATURA DELLA PERSONA (BARBIERI E PARRUCCHIERI)

Grado di complessità 2

2.2 SOCIAL MEDIA MARKETING

Promuovere l'offerta attraverso strumenti di social media marketing (es. facebook) monitorando la reputazione del servizio e mantenendo vivo nel tempo l'interesse della clientela

Grado di complessità 1

2.1 PROMOZIONE DIRETTA

Realizzare attività di promozione diretta in struttura (es. presentazione di nuovi servizi, eventi, dimostrazioni) gestendo su supporto cartaceo l'informazione ai potenziali clienti (es. volantino)

2.1 PROPOSTA DI VENDITA

Vendere i prodotti specifici per la continuazione del trattamento a domicilio, specificando costi, scadenze e modalità di utilizzo, informando il cliente sulla base delle sue necessità/bisogni e fornendo chiarimenti e ulteriori consigli rispetto ai prodotti utilizzati (schede tecniche)

ADA.20.01.05 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ACCONCIATURA DELLA PERSONA (BARBIERI E PARRUCCHIERI)

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Obiettivi strategici (p.e mantenimento vantaggio competitivo, riposizionamento offerta, innovazione servizi)
- Caratteristiche del contesto di riferimento
- Caratteristiche della domanda consumatori
- Tipologia e caratteristiche servizi offerti e prodotti utilizzati
- Dinamiche di prezzo
- Soddisfazione del cliente
- Caratteristiche dei competitors
- Nuove tendenze ed esigenze
- Tipologie e caratteristiche dei mezzi e dei canali di promozione e comunicazione (promozione diretta: presentazioni, sconti, etc.; social media, etc.)

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato
- Metodi e tecniche di valutazione costi e benefici
- Metodi e tecniche di promozione e comunicazione

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Offerta di servizi sviluppata sulla base degli obiettivi identificati
- Attività di promozione e comunicazione attivate

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Almeno due tipologie di obiettivi strategici per il posizionamento di mercato

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Studio di caso. A partire da input forniti, relativi ad una tipologia di obiettivo strategico e alle caratteristiche de mercato, sviluppo di un'offerta di servizi
2. Colloquio tecnico relativo ai comportamenti di offerta relativi alla strategia non oggetto della prova prestazionale. Descrizione delle fonti e delle variabili da tenere in considerazione per una ricerca di mercato

ADA.20.01.05 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ACCONCIATURA DELLA PERSONA (BARBIERI E PARRUCCHIERI)

ADA.20.01.05 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ACCONCIATURA DELLA PERSONA (BARBIERI E PARRUCCHIERI)

ADA.20.01.05 - GESTIONE DEL SERVIZIO DI ACCONCIATURA DELLA PERSONA (BARBIERI E PARRUCCHIERI)

FONTI

Repertorio delle qualificazioni regionali, regione Friuli Venezia Giulia

Abate, Rossi, "Il capello. Anatomia, tricologia, colorimetria", Editrice San Marco, 2013

Ivonne Porto, "Tecniche di comunicazione per acconciatori", Hoepli, 2015

Mazzola M., "Principi di psicologia e comunicazione interpersonale per operatori del benessere", Editrice San Marco, 2014

AAVV, "Cultura scientifica e tecnica professionale dell'acconciatura", Editrice San Marco, 2016