

ADA.23.03.03 - PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DI OFFERTE DI VIAGGIO

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Commercializzare pacchetti e servizi integrati, promuovendo l'offerta turistica e curando i rapporti con i fornitori di servizi e gli amministratori locali

1 - PROMOZIONE

Grado di complessità 3

1.3 PIANO DI PROMOZIONE TURISTICA

Progettare la campagna promozionale di un piano integrato di qualificazione e sviluppo di un territorio identificando slogan, iniziative ed itinerari turistici per la fruizione di beni e prodotti coerenti con gli obiettivi definiti dall'amministrazione pubblica committente

Grado di complessità 2

1.2 EVENTI INTEGRATI

Progettare la promozione di un evento specifico integrato (es. congressi, meeting, exhibition, entertainment), coordinando le esigenze dei diversi partner e promotori dell'iniziativa (pubblici e privati) coinvolti nella sua organizzazione e realizzazione

Grado di complessità 1

1.1 SINGOLO PACCHETTO

Definire la promozione di un pacchetto turistico territoriale (alloggio, ristorazione, trasporto), calcolando le relative marginalità dell'agenzia e del TO ed identificando modalità per la massimizzazione della vendita (sviluppo servizi ancillari)

2 - MEDIA UTILIZZATO

Grado di complessità 3

2.3 MULTI SUPPORTO

Identificare una campagna di promozione, selezionando azioni e strumenti maggiormente funzionali alla penetrazione nel mercato individuato e tenendo conto degli obiettivi e vincoli posti dalla proprietà (es. budget di spesa, target prefissati)

Grado di complessità 2

2.2 SUPPORTO SOCIAL

ADA.23.03.03 - PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DI OFFERTE DI VIAGGIO

Individuare le azioni da svolgere sulla comunicazione digitale suddividendole nelle varie tipologie e tenendo conto degli obiettivi e vincoli posti dalla proprietà

Grado di complessità 1

2.1 SUPPORTO CARTACEO

Identificare i prodotti cartacei da produrre (es. flyer, promo, cataloghi) a seconda del tipo di prodotto da promuovere e tenendo conto degli obiettivi e vincoli posti dalla proprietà

3 - VENDITA

Grado di complessità 2

3.2 VENDITA ON LINE

Realizzare azioni di vendita online del prodotto turistico e/o collocare il prodotto in circuiti organizzati di vendita sul web, identificando il mercato target adatto al prodotto (locale, nazionale, estero)

Grado di complessità 1

3.1 VENDITA DIRETTA

Realizzare azioni di vendita diretta del prodotto turistico e/o collocare il prodotto in circuiti organizzati di vendita, identificando il mercato target adatto al prodotto (locale, nazionale, estero)

ADA.23.03.03 - PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DI OFFERTE DI VIAGGIO

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Caratteristiche e standard qualitativo dell'offerta turistica (pacchetto)
- Budget disponibile
- Target di riferimento
- Canali promozionali disponibili
- Circuiti organizzati di vendita
- Portali di vendita on line
- Amministrazioni locali e stakeholder
- Fornitori di servizi turistici

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di marketing turistico
- Tecniche gestione delle relazioni con stakeholder e istituzioni
- Modalità e tecniche di vendita del prodotto turistico

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Relazione/reti (amministrazioni locali, fornitori di servizi e prodotti turistici) costruite
- Strategie promozionali (campagna promozionale con relativi canali e modalità: promozione diretta - cartacea, social media marketing, altri media) realizzate
- Marginalità determinata
- Prodotto turistico collocato in circuiti organizzati di vendita sul web/diretta

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tecniche di marketing e di vendita del prodotto turistico

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: impostare una campagna promozionale, a partire da un budget definito e da una tipologia di pacchetto turistico dato (definire target, canali, modalità, ecc.)
2. Colloquio tecnico relativo a descrizione delle diverse modalità di commercializzazione e vendita di un prodotto turistico (comprensivo degli aspetti di input da tenere in considerazione - es. calcolo delle marginalità)

ADA.23.03.03 - PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DI OFFERTE DI VIAGGIO

ADA.23.03.03 - PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DI OFFERTE DI VIAGGIO

FONTI

Qualificazioni presenti nell'atlante

Repertorio delle qualificazioni della Regione FVG

Contatti ed interviste con operatori turistici della Regione FVG

Dlgs 79/2011 - Codice del Turismo

SITI ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA:

www.fiavet.it Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo

www.assoviaggi.it Associazione italiana agenzie di viaggio e turismo

www.favitalia.it Federazione agenzia viaggi italiana

www.astoi.it Associazione tour operator italiani