

## ADA.23.03.03 - PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DI OFFERTE DI VIAGGIO

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 3** - Rilevare il grado di soddisfazione dei clienti, individuando le criticità e definendo gli interventi di miglioramento

#### 1 - PIANO DI MIGLIORAMENTO

Grado di complessità 3

##### 1.3 AZIONI DI MIGLIORAMENTO

Analizzare i dati raccolti ed i risultati raggiunti per individuare possibili azioni di miglioramento nella definizione del prodotto o nella sua commercializzazione rispetto agli obiettivi e le strategie prestabilite

Grado di complessità 2

##### 1.2 VALUTAZIONE DEL PRODOTTO OFFERTO

Valutare i risultati raggiunti e le criticità incontrate nella commerciabilità del prodotto offerto e verificarne la scomposizione in componenti per comprenderne le relative consistenze e marginalità

Grado di complessità 1

##### 1.1 CUSTOMER SATISFACTION

Predisporre un questionario di rilevazione della soddisfazione (es. per clienti, per fornitori, per amministratori locali) al fine di valutare il gradimento del servizio, possibili proposte di miglioramento e interesse per altri prodotti di questo tipo

## 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)

- Pacchetti turistici commercializzati
- Questionari cartacei e form on line finalizzati all'acquisizione del grado di soddisfazione del cliente e all'acquisizione dei dati dello stesso
- Dati social media (es. recensioni presenti su portali web dedicati)
- Dati soddisfazione dei fornitori e altri stakeholder

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

- Metodi e tecniche di analisi del prodotto offerto
- Metodi e tecniche di scomposizione del prodotto offerto per calcolare il livello di qualità e le marginalità dei singoli componenti
- Metodi e tecniche di analisi del posizionamento sul mercato
- Metodi e tecniche di rilevazione e analisi della customer satisfaction

#### OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Vantaggi competitivi individuati
- Modifiche da apportare per miglioramento e riposizionamento individuate

#### 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 e valutazione del prodotto offerto

#### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Analisi di caso: a partire da un insieme di input forniti (dati di customer satisfaction), relativi ad un pacchetto turistico commercializzato, elaborare i dati, formulare i risultati e definire le possibili azioni di miglioramento
2. Colloquio tecnico relativo alla descrizione delle modalità di scomposizione di un prodotto turistico per calcolare il livello di qualità e le marginalità dei singoli componenti

## 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](http://www.fiavet.it) Federazione Italiana Associazioni Imprese Viaggi e Turismo

[www.assoviaggi.it](http://www.assoviaggi.it) Associazione italiana agenzie di viaggio e turismo

[www.favitalia.it](http://www.favitalia.it) Federazione agenzia viaggi italiana

[www.astoi.it](http://www.astoi.it) Associazione tour operator italiani