

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare l'offerta di servizi sportivi, sulla base dei risultati dell'analisi del bacino d'utenza, pianificando le attività sportive in relazione alle potenzialità della struttura

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Analisi del bacino di utenza e dei competitors: **2 casi**

Dimensione 2 - Analisi delle risorse e dei vincoli: **2 casi**

Dimensione 3 - Pianificazione dell'offerta di servizi sportivi: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Sviluppare il piano di marketing, a partire dalle strategie di lancio delle nuove attività, definendo gli strumenti operativi (sponsor, prezzi, canali di comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Definizione piano di marketing: **1 caso**

Dimensione 2 - Sviluppo piano di marketing: **2 casi**

Dimensione 3 - Ricerca sponsorizzazioni: **1 caso**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Organizzare i servizi dell'impianto sportivo, individuando e gestendo le risorse umane e strumentali (attrezzature) necessarie all'implementazione dell'offerta

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Gestione del personale: **3 casi**

Dimensione 2 - Gestione impianti e strutture: **2 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Sviluppare l'offerta di servizi sportivi, sulla base dei risultati dell'analisi del bacino d'utenza, pianificando le attività sportive in relazione alle potenzialità della struttura

1 - ANALISI DEL BACINO DI UTENZA E DEI COMPETITORS

Grado di complessità 1

1.1 ANALISI DEL BACINO DI UTENZA

Analizzare, sulla base delle informazioni disponibili e/o attraverso ricerche ad hoc, le caratteristiche del bacino d'utenza potenziale degli impianti e dei servizi sportivi, individuando le abitudini e le tipologie di richieste di utilizzo, tenendo conto della tipologia di impianto in relazione alla proprietà (di proprietà pubblica o privata) ed alla eventuale omologazione da parte della federazione di riferimento per il suo utilizzo in eventi/gare ufficiali

1.1 ANALISI DELLA CONCORRENZA

Analizzare, sulla base delle informazioni disponibili e/o attraverso ricerche ad hoc, i dati riferiti alle caratteristiche della concorrenza (tipologia e localizzazione di strutture e servizi offerti, tipologie di utenti) al fine di rilevare le potenzialità effettive della struttura da sviluppare per renderne l'offerta competitiva

2 - ANALISI DELLE RISORSE E DEI VINCOLI

Grado di complessità 1

2.1 ANALISI DELLE POTENZIALITÀ DELLA STRUTTURA

Analizzare le potenzialità della struttura sportiva, in relazione agli aspetti strutturali, di localizzazione geografica, alle eventuali condizioni di utilizzo poste dalla proprietà (pubblica/privata) anche in relazione all'eventuale omologazione per utilizzo in gare ufficiali, al fine di individuare i fattori di competitività rispetto ai quali impostare l'organizzazione dell'offerta anche valutando eventuali opportunità di affitto a terzi di parti della struttura

2.1 ANALISI DEI COSTI

Effettuare sulla base delle potenzialità rilevate, una previsione dei costi da sostenere nel breve/medio/lungo periodo, per la gestione e manutenzione della struttura sportiva, sulla base degli accordi di affidamento in gestione (laddove pertinente), valutando la necessità di eventuali investimenti per riqualificare e migliorare l'ambiente, le attrezzature e i servizi, al fine di delineare un piano di gestione sostenibile in relazione anche alle tariffe praticabili ed alla loro articolazione

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

3 - PIANIFICAZIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

Grado di complessità 2

3.2 PIANIFICAZIONE DEGLI OBIETTIVI NEL MEDIO-LUNGO PERIODO

Definire gli obiettivi strategici da raggiungere nel tempo in considerazione delle analisi preventivamente effettuate, anche tenendo conto del contesto in termini di collocazione geografica della struttura, quadro delle iniziative/servizi/attività del territorio, sistema delle sponsorizzazioni, di eventuali cessioni in affitto a terzi di parte della struttura, di vincoli finanziari e/o strutturali e vincoli eventualmente derivanti dalla proprietà (pubblica/privata) anche in relazione all'eventuale omologazione per utilizzo in gare ufficiali

Grado di complessità 1

3.1 DETERMINAZIONE DELLE TARIFFE

Definire i prezzi delle singole attività (individuali e di gruppo) e manifestazioni sportive, tenendo conto degli eventuali vincoli imposti dalla proprietà nell'utilizzo dell'impianto o struttura - anche in relazione all'eventuale omologazione per utilizzo in gare ufficiali - stabilendo tariffe diversificate a seconda della tipologia di utenza (ad es. over 65, under 14, studenti, ecc.) e della frequenza di accesso alla struttura (ad es. abbonamenti stagionali, pacchetti a scalare, ecc.) al fine di ottimizzare l'utilizzo della stessa

3.1 PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ SPORTIVE

Definire e pianificare le manifestazioni e attività sportive, tenendo conto degli eventuali vincoli di utilizzo posti dalla proprietà e/o determinati dall'affitto a terzi, al fine di perseguire l'obiettivo di massimo utilizzo della struttura in maniera compatibile con l'eventuale utilizzo da parte di altri soggetti (in caso di proprietà pubblica e/o utilizzo per gare manifestazioni/gare ufficiali)

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Caratteristiche del bacino d'utenza potenziale degli impianti
- Caratteristiche della concorrenza
- Caratteristiche strutturali, di localizzazione geografica e condizioni di utilizzo della struttura
- Potenziali sponsorizzatori

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato
- Metodi e tecniche di analisi dei costi
- Metodi e tecniche di definizione di offerta di servizi/attività/manifestazioni/eventi sportivi
- Tecniche di pricing e segmentazione della clientela

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Potenzialità della struttura valutata
- Previsione dei costi a breve/medio/lungo periodo formulata
- Obiettivi strategici di medio/lungo periodo definiti
- Offerta di servizi/attività/manifestazioni/eventi sportivi definita
- Tariffe di servizio definite

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Un set di caratteristiche di struttura sportiva, bacino di utenza e concorrenza
2. L'insieme delle tecniche di analisi di mercato
3. Le tecniche di analisi dei costi
4. L'insieme delle tecniche di definizione di offerta di servizi/attività/manifestazioni/eventi sportivi

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: studio di caso: sulla base del set di caratteristiche fornito, impostazione della definizione dell'offerta di servizi/attività sportive, nei suoi aspetti di servizi, segmenti di mercato e prezzi
2. Colloquio tecnico relativo alle differenze di approccio in caso di caratteristiche di struttura e mercato differenti da quelle oggetto di prova prestazionale

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Sviluppare il piano di marketing, a partire dalle strategie di lancio delle nuove attività, definendo gli strumenti operativi (sponsor, prezzi, canali di comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati

1 - DEFINIZIONE PIANO DI MARKETING

Grado di complessità 1

1.1 DEFINIZIONE DEL PIANO DI MARKETING

Definire le strategie di promozione dei servizi/attività offerti (target, obiettivi, canali di promozione), tenendo conto dell'eventuale nuova offerta proposta rispetto a precedenti gestioni o, in caso di nuovo impianto, alle potenzialità del bacino servito, definendo il budget previsionale ed elaborando indicatori per monitorarne lo sviluppo anche al fine di apportare correttivi in itinere

2 - SVILUPPO PIANO DI MARKETING

Grado di complessità 1

2.1 PROMOZIONE DEI SERVIZI

Organizzare le attività di promozione individuandone la collocazione temporale durante l'anno ed utilizzando i diversi canali individuati in base alla tipologia di target e di servizi/attività (servizi continuativi, individuali/di gruppo, manifestazioni, ecc.), sulla base del piano di marketing

2.1 COMUNICAZIONE SOCIALE

Definire interventi di comunicazione sociale, o organizzare l'adesione e partecipazione ad iniziative altrui, per integrare le attività ed i servizi offerti nell'ambito del tessuto locale anche al fine di sostenere e promuovere comportamenti ed abitudini ispirati al miglioramento della salute e delle condizioni di vita attraverso la pratica sportiva

3 - RICERCA SPONSORIZZAZIONI

Grado di complessità 1

3.1 RICERCA DI SPONSOR

Ricerca sponsor (locali, nazionali) interessati alla promozione dell'offerta sportiva della struttura, al fine di sostenere ed ampliare le attività, salvaguardando una coerenza complessiva tra tipologia di attività/eventi sponsorizzati e sponsor, verificando anche la disponibilità di sponsor interessati alla sola collocazione di materiale promozionale all'interno degli impianti

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

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

- Caratteristiche dei servizi/attività sportive offerti
- Caratteristiche del bacino d'utenza potenziale degli impianti
- Caratteristiche dei canali di promozione
- Caratteristiche di eventi/iniziative presenti sul territorio
- Potenziali sponsorizzatori

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di sviluppo di piani di marketing di servizi/attività sportive
- Metodi e tecniche di sviluppo di piani di comunicazione sociale
- Metodi e tecniche di ricerca sponsor e partnership

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Piano di marketing e budget previsionale definiti
- Piano di comunicazione sociale e promozione definito
- Sponsor e partnership individuate

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Un set di caratteristiche di struttura sportiva, bacino di utenza, contesto e concorrenza
2. Una offerta di servizi definita
3. Le tecniche di sviluppo di un piano di marketing di servizi/attività sportive
4. Le tecniche di sviluppo di un piano di comunicazione sociale per la promozione della pratica sportiva
5. Le tecniche di ricerca di sponsor e partnership

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: studio di caso: sulla base del set di caratteristiche e di offerta di servizi fornito, impostazione di un piano di marketing e di comunicazione dei servizi offerti
2. Colloquio tecnico relativo ai criteri di individuazione di sponsor e partnership di una struttura sportiva

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Organizzare i servizi dell'impianto sportivo, individuando e gestendo le risorse umane e strumentali (attrezzature) necessarie all'implementazione dell'offerta

1 - GESTIONE DEL PERSONALE

Grado di complessità 2

1.2 DETERMINAZIONE FABBISOGNO DI PERSONALE

Definire la dotazione di personale e le relative caratteristiche di qualificazione, sulla base del programma di attività e servizi, individuando eventuali esigenze straordinarie connesse a fabbisogni specifici (stagionali, ecc.), e tenendo conto del budget disponibile

1.2 RECLUTAMENTO E SELEZIONE

Organizzare le attività di reclutamento e selezione del personale, sulla base delle tipologie di servizi erogati, della programmazione temporale (annuale, stagionale, legata ad eventi specifici) e tenendo conto delle tipologie e dei livelli di qualificazioni necessari al presidio delle diverse attività

Grado di complessità 1

1.1 COORDINAMENTO DEL PERSONALE

Coordinare il personale addetto alle attività, manifestazioni sportive, alle attività di amministrazione e alle attività di pulizia/manutenzione dell'impianto e attrezzature, organizzando la turnazione sulla base dei programmi e dei calendari dei servizi e delle attività

2 - GESTIONE IMPIANTI E STRUTTURE

Grado di complessità 2

2.2 DEFINIZIONE DELLE RISORSE STRUMENTALI

Individuare, sulla base delle tipologie di servizi offerti e della programmazione delle attività, le dotazioni strumentali in termini di attrezzature collettive e individuali e di utilities funzionali alla fruizione della struttura impianto, tenendo conto degli eventuali vincoli posti dalla proprietà (laddove pertinente)

Grado di complessità 1

2.1 GESTIONE DELLE RISORSE STRUMENTALI

Organizzare le forniture di materiali di consumo, le attività di manutenzione ordinaria, di controllo periodico di funzionalità e di controllo igienico-sanitario delle attrezzature/impianti/macchinari e le

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

attività di pulizia e sanificazione di ambienti ed attrezzature, sulla base degli eventuali vincoli posti dalla proprietà (laddove pertinente), verificando il mantenimento delle condizioni di sicurezza e di igiene per il personale e gli utenti

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

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

- Normativa inerente ai rapporti di lavoro
- Normativa inerente alla sicurezza dei luoghi di lavoro
- Programma delle attività e dei servizi offerti
- Budget disponibile
- Pianta organica e ruoli necessari all'erogazione dei servizi
- Caratteristiche strutturali dell'impianto e delle attrezzature
- Personale in servizio

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di definizione del fabbisogno di personale
- Metodi e tecniche di reclutamento e selezione del personale
- Metodi e tecniche di gestione dei flussi di lavoro e delle turnazioni
- Metodi e tecniche di programmazione e gestione degli approvvigionamenti

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Fabbisogno di personale definito
- Personale reclutato
- Programma di lavoro e turnazione definiti
- Risorse strumentali gestite

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Un set di caratteristiche di struttura sportiva
2. Una offerta di servizi definita
3. L'insieme delle tecniche di definizione del fabbisogno di personale
4. L'insieme delle tecniche di reclutamento e selezione del personale
5. L'insieme delle tecniche di gestione dei flussi di lavoro e delle turnazioni
6. L'insieme delle tecniche di programmazione degli approvvigionamenti e di manutenzione

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: studio di caso: sulla base del set di caratteristiche e di offerta di servizi fornito, impostazione delle dotazioni quali-quantitative di risorse professionali e strumentali necessarie e delle attività di manutenzione e supporto
2. Colloquio tecnico con riferimento al caso oggetto della prova prestazionale, illustrazione

ADA.21.01.01 - DEFINIZIONE E GESTIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI SPORTIVI

motivata delle tipologie di rapporto di lavoro coerenti