

Tecnico del digital marketing turistico

 **SETTORE 23. [Servizi turistici](#)**

REPERTORIO - Sardegna

AdA associate alla Qualificazione

ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing turistico e della promozione del territorio	Liguria
Programmatore turistico	Liguria
ESPERTO DI SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Lombardia
Tecnico del marketing turistico	Marche
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Puglia
Responsabile della gestione, promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche - Destination Manager	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO PER LO SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Abruzzo	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico esperto per lo sviluppo turistico territoriale	Basilicata	4	X	X	X	X
Tecnico della progettazione turistica locale	Campania	4	X	X	X	X
STRATEGIE PER PROMUOVERE E COMMERCIALIZZARE UN PRODOTTO TURISTICO	Friuli Venezia Giulia	4	X	X	X	X
Tecnico del marketing turistico e della promozione del territorio	Liguria	4	X	X	X	X
Tecnico per la valorizzazione dei prodotti territoriali e delle produzioni tipiche	Liguria	4	X	X	X	X
Programmatore turistico	Liguria	4	X	X	X	X
ESPERTO DI SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico del marketing turistico	Marche	4	X	X	X	X
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Puglia	4	X	X	X	X
ESPERTO IN DESTINATION MANAGEMENT	Veneto	4	X	X	X	X
Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA						

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico della progettazione turistica locale	Basilicata	3	X	X	X	
Tecnico esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Basilicata	3	X		X	X
Tecnico di marketing turistico	Basilicata	2	X		X	
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Calabria	3		X	X	X
Tecnico esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Calabria	1	X			
ADDETTO AI SERVIZI DI PROMOZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA	Friuli Venezia Giulia	1			X	
PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA DI UN PACCHETTO TURISTICO IN PAESI EXTRA-EU	Friuli Venezia Giulia	1			X	
Tecnico del marketing turistico	Lazio	2	X	X		
Tecnico per la progettazione e la promozione di itinerari turistico-enogastronomici	Sardegna	2	X			X
Responsabile della gestione, promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche - Destination Manager	Toscana	3		X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO SPECIALIZZATO IN TURISMO ENOGASTRONOMICO	Veneto	1	X			
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA						
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico del digital marketing turistico	Sardegna	0				
Tecnico della valorizzazione di aree naturali protette e altri siti di pregio ambientale	Sardegna	0				
Tecnico della progettazione di prodotti turistico esperienziali	Sardegna	0				
IFTS - Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio	Sicilia	0				
Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali	Sicilia	0				
TECNICO DI COMUNICAZIONE TERRITORIALE	Veneto	0				

Competenze

Titolo: Definizione del piano di marketing

Descrizione: Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line

Obiettivo: Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Principi di marketing tradizionale per applicare le metodologie classiche adattandole al contesto competitivo del commercio elettronico su Internet
Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo, per una corretta definizione del piano di marketing
Strategie di marketing in rete per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet
Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line per acquisire ulteriori informazioni sulla base delle quali elaborare il piano di marketing
Tecniche di Web marketing al fine di prevedere l'utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line nella definizione del piano di marketing
Tecniche e strumenti di direct marketing su Internet (come profilazione del cliente, pricing on line, advertising on line, promozione via Internet, ecc...) per sfruttare le potenzialità offerte dalla comunicazione on line nella promozione del prodotto/servizio

ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire gli indicatori da monitorare per verificare il successo del piano di marketing nella promozione della soluzione di e-business
Definire il mercato potenziale per la vendita del prodotto/servizio sul Web, anche alla luce delle prevedibili evoluzioni nel tempo, per elaborare il piano di marketing sulla base di previsioni realistiche
Elaborare il piano di marketing da sottoporre all'approvazione dei responsabili aziendali, con la definizione di un marketing mix che preveda l'utilizzo di strumenti tradizionali accanto ad altri innovativi

Operare una segmentazione dei comportamenti di consumo on line per definire la scelta del target di riferimento delle azioni di marketing
Scegliere i canali di comunicazione più appropriati, tra quelli tradizionali e quelli innovativi, per la realizzazione delle azioni previste nel piano di marketing

Titolo: Analisi del mercato turistico

Descrizione: Analizzare le tendenze del mercato turistico, i bisogni e le risposte dei consumatori, verificando le esigenze della clientela di riferimento e le offerte dei competitors.

Obiettivo: Analizzare le tendenze del mercato turistico, i bisogni e le risposte dei consumatori, verificando le esigenze della clientela di riferimento e le offerte dei competitors.

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Elementi di ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, analisi della concorrenza

Elementi di strategia e organizzazione aziendale: sistema impresa, obiettivi, fattori chiave di successo, pianificazione strategica e programmazione

Il marketing nei nuovi media

Principi fondamentali di marketing e comunicazione aziendale (analisi del mercato e del cliente; segmentazione; posizionamento competitivo; marketing mix)

Tecniche di archiviazione e classificazione manuale e digitale delle informazioni

ABILITÀ/CAPACITÀ

Analizzare le azioni di web e digital marketing poste in atto dalla concorrenza e i relativi costi

Comprendere le modalità di acquisto e fruizione dei prodotti turistici da parte dei viaggiatori, con particolare riferimento a quanto si sviluppa attraverso il web e le tecnologie digitali.

Identificare - sulla base dell'offerta da veicolare - i luoghi e gli eventi per i quali organizzare specifiche azioni di web e/o digital marketing

Individuare le fonti principali di informazione utili all'analisi del mercato di

riferimento

Interpretare le esigenze dei segmenti del mercato turistico individuati come target group aziendali.

Titolo: Attuazione e monitoraggio del piano di web e digital marketing

Descrizione: Realizzare le azioni previste dal piano di web e digital marketing, monitorandone l'impatto in termini di efficacia ed efficienza in rapporto agli obiettivi prefissati e agli investimenti sostenuti.

Obiettivo: Realizzare le azioni previste dal piano di web e digital marketing, monitorandone l'impatto in termini di efficacia ed efficienza in rapporto agli obiettivi prefissati e agli investimenti sostenuti.

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Elementi di lingua inglese specifici del settore di riferimento

Metodologie e tecnologie innovative (video immersivi, storytelling, ecc.) per la promozione di prodotti/servizi attraverso l'web.

Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali d.lgs.196/2003 e ss.mm.ii.

Principi e strumenti fondamentali di marketing per il monitoraggio degli impatti attesi dalle campagne promozionali

Programmi di creazione e gestione di files multimediali

Programmi di elaborazione grafica delle pagine web

Tecniche di base di comunicazione efficace sui social media

Tecniche di elaborazione testi e di scrittura creativa

ABILITÀ/CAPACITÀ

Creare file multimediali di differenti tipologie, elaborando e gestendo immagini, testi, filmati, suoni, animazioni ecc.

Analizzare i dati e gli impatti delle campagne promozionali realizzate sul web e sui social, interpretando l'andamento di specifici indicatori e gli eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi previsti

Applicare le tecniche di indicizzazione delle pagine aziendali sui motori di ricerca on-line

Creare format per la raccolta di informazioni all'interno della pagina o del sito web

Formulare alla direzione/proprietà aziendale delle proposte per modificare/integrare la strategia di web e digital marketing alla luce dei risultati maturati con le precedenti campagne

Raccordarsi con fornitori esterni specializzati per lo sviluppo delle azioni del piano di web marketing

Tradurre in narrazione i plus dell'offerta e le caratteristiche specifiche di un prodotto/servizio/territorio, per suscitare l'interesse e l'apprezzamento dei potenziali fruitori

Titolo: Analisi del territorio

Descrizione: Raccogliere informazioni strutturate sulle risorse reali e potenziali da valorizzare (ad esempio archeologiche, culturali, artistiche, naturalistiche ed enogastronomiche), in modo da individuare gli elementi per progettare e realizzare attività per la promozione del territorio

Obiettivo: Raccogliere informazioni strutturate sulle risorse reali e potenziali da valorizzare (ad esempio archeologiche, culturali, artistiche, naturalistiche ed enogastronomiche), in modo da individuare gli elementi per progettare e realizzare attività per la promozione del territorio

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Normativa europea, nazionale e regionale in tema di tutela e valorizzazione;
Caratteristiche archeologiche, storiche, artistiche ed etnoantropologiche del territorio di riferimento;

Caratteristiche geografiche, naturalistiche e ambientali del contesto di riferimento;

Metodologie di redazione del report;

Tecniche di ricerca e analisi dei dati per svolgere indagini di scenario;

Tecniche di ricerca, archiviazione e classificazione digitale delle informazioni;

Tecniche per rilevare i punti di forza e di debolezza di un particolare territorio/risorsa;

Tipologia di risorse turistiche e loro classificazione.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuare e analizzare le specificità del territorio per riconoscere gli attrattori sui quali incentrare le azioni di promozione;

Reperire e classificare le informazioni sulle risorse del territorio (attrattori principali e secondari).

Elaborare le informazioni sulle caratteristiche del territorio in funzione dei servizi da offrire e delle possibili azioni di web e digital marketing;

Predisporre report di informazioni sulle principali attrattive del territorio utili alla progettazione di campagne promozionali finalizzate alla loro valorizzazione tramite i canali del web e gli strumenti ICT;

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.4.1.1.0	Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
79.90.04	Altre attività di assistenza turistica
82.40.01	Attività di servizi di prenotazione di biglietti per spettacoli teatrali, sportivi e altri spettacoli di intrattenimento e divertimento

