

Tecnico esperto nella gestione di servizi

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Tecnico esperto nella gestione di servizi, è in grado di configurare l'offerta complessiva dei servizi e di organizzarne il processo di erogazione in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate, in una costanza di rapporto con il cliente/utente.

AREA PROFESSIONALE

Gestione processi, progetti e strutture

LIVELLO EQF

7° livello

PROFILI COLLEGATI – COLLEGABILI ALLA FIGURA

Sistema di riferimento	Denominazione
NUP	3.4.1 Professioni tecniche delle attività turistiche, ricettive ed assimilate 5.2.1 Esercenti ed addetti ai servizi alberghieri ed extralberghieri 5.2.2 Esercenti ed addetti alla ristorazione ed ai pubblici esercizi 5.4.1 Professioni qualificate nei servizi sanitari 5.5.1 Professioni qualificate nei servizi ricreativi, culturali ed assimilati 5.5.3 Professioni qualificate nei servizi personali ed assimilati
Repertorio delle professioni ISFOL	- Il Direttore di agenzia - Il Capo area - Il Manager dei servizi residenziali - Il Manager dei centri benessere e dei centri fitness

UNITÀ DI COMPETENZA	CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)	CONOSCENZE (CONOSCERE)
1. Configurazione servizi	<p>definire le caratteristiche distintive dei servizi core, stabilendone le peculiarità, il livello di qualità erogata e il target del cliente/utente</p> <p>identificare le modalità e le azioni necessarie a differenziare e caratterizzare la gamma dei servizi, la varietà delle prestazioni, la diversificazione geografica e per target</p> <p>determinare gli strumenti di pianificazione, riprogrammazione e controllo dei servizi erogati, i parametri di prestazione previsti e i risultati attesi</p> <p>prefigurare le attività complementari e di supporto ai servizi core funzionali al funzionamento delle attività principali e al soddisfacimento della domanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ø principi di organizzazione aziendale: processi, ruoli e funzioni Ø principali tecniche e strumenti di pianificazione e controllo delle attività Ø principi di pianificazione strategica ed operativa Ø tecniche di coordinamento e organizzazione del lavoro
2. Organizzazione servizi	<p>prefigurare le risorse strutturali, professionali ed economiche necessarie all'erogazione del servizio e funzionali al raggiungimento degli obiettivi strategici definiti</p> <p>definire il processo di erogazione dei servizi, le componenti organizzative e professionali di contatto direttamente visibili al cliente/utente (front office), le risorse operative e strumentali, tenendo presente il peso che queste ricoprono nella percezione e valutazione del cliente</p> <p>determinare le caratteristiche tecniche principali e le prestazioni interne che si intendono fornire (technical core e back office) in coerenza con gli standard di qualità previsti</p> <p>prevedere modalità e procedure per la gestione dei disservizi e dei reclami in una logica di risoluzione dei problemi segnalati dal cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ø tecniche di comunicazione e relazione con il cliente Ø tecniche e metodi di customer relationship management Ø principi di customer satisfaction Ø principi di customer care
3. Posizionamento servizi nel sistema di riferimento	<p>identificare il mercato/sistema di riferimento in cui collocare e consolidare l'offerta di servizi esaminando le caratteristiche dei soggetti che influenzano lo scenario competitivo</p> <p>interpretare le dinamiche evolutive e le tendenze del mercato/sistema di riferimento</p> <p>intercettare esigenze e fabbisogni emergenti prefigurando modelli di servizio innovativi coerenti con l'immagine che si vuole trasmettere</p> <p>individuare nuove e potenziali fasce di mercato al fine di valutare opportunità di sviluppo e riposizionamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ø principali tecniche di gestione delle risorse umane Ø principi di project management Ø principali tecniche di benchmarking Ø principi di marketing Ø principi di amministrazione e gestione d'impresa
4. Cura e gestione cliente	<p>riconoscere le caratteristiche del cliente e comprenderne bisogni, preferenze, desideri, aspettative</p> <p>prevedere le necessità del cliente al fine di identificare le azioni più funzionali a trasmettere attenzione alla sua identità e intervenire laddove le necessità siano soddisfabili</p> <p>cogliere e interpretare le indicazioni e le valutazioni del cliente al fine di migliorare costantemente il servizio e soddisfare al meglio le aspettative</p> <p>definire azioni mirate a garantire conformità tra le aspettative del cliente circa il servizio (qualità attesa), il servizio reso (prestazione e qualità erogata) e il servizio percepito dal cliente (qualità percepita)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ø principi di budgeting Ø principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza Ø la sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche)

Indicazioni per la valutazione delle unità di competenza

UNITÀ DI COMPETENZA	OGGETTO DI OSSERVAZIONE	INDICATORI	RISULTATO ATTESO	MODALITÀ
1. Configurazione servizi	le operazioni di configurazione dei servizi	<ul style="list-style-type: none"> ∅ ricognizione e analisi delle caratteristiche dei servizi core ∅ elaborazione delle componenti costitutive l'offerta complessiva ∅ formulazione dell'offerta di servizi: tipologia, caratteristiche e qualità 	servizi core definiti e strutturati in coerenza con gli standard di qualità stabiliti	Prova pratica in situazione
2. Organizzazione servizi	le operazioni di organizzazione dei servizi	<ul style="list-style-type: none"> ∅ rilevazione delle risorse strutturali, professionali ed economiche necessarie ∅ attivazione di sistemi di front e back office ∅ monitoraggio e controllo del processo di erogazione del servizio ∅ elaborazione procedure di gestione dei disservizi e dei reclami 	sistema di offerta predisposto e attivato in tutte le sue componenti essenziali	
3. Posizionamento servizi nel sistema di riferimento	le operazioni di posizionamento dei servizi nel sistema di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> ∅ mappatura del mercato e del sistema di riferimento ∅ esame delle caratteristiche dei competitor ∅ ricognizione della domanda espressa dal sistema di riferimento ∅ stima degli scenari futuri e prospettive di sviluppo 	target e mercato di riferimento identificato	
4. Cura e gestione cliente	le operazioni di cura e gestione del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ∅ esame caratteristiche, bisogni, aspettative del cliente ∅ codifica dei desideri e delle attese ∅ acquisizione di informazioni sulla valutazione del servizio da parte del cliente ∅ elaborazioni di proposte e azioni di miglioramento 	relazione col cliente presidiata e assistita	