

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

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	Conoscenze
1. Configurazione servizi	Definire le caratteristiche distintive dei servizi core, stabilendone le peculiarità, il livello di qualità erogata e il target del cliente/utente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche). ▪ Principali tecniche di benchmarking. ▪ Principali tecniche di budgeting. ▪ Principali tecniche di gestione delle risorse umane.
	Determinare gli strumenti di pianificazione, riprogrammazione e controllo dei servizi erogati, i parametri di prestazione previsti e i risultati attesi	
	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	
	Prefigurare le attività complementari e di supporto ai servizi core funzionali al funzionamento delle attività principali e al soddisfacimento della domanda	
2. Organizzazione servizi	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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali tecniche e strumenti di pianificazione e controllo delle attività. ▪ Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza. ▪ Principi di amministrazione e gestione d'impresa. ▪ Principi di customer care.
	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	
	Prefigurare le risorse strutturali, professionali ed economiche necessarie all'erogazione del servizio e funzionali al raggiungimento degli obiettivi strategici definiti	
	Prevedere modalità e procedure per la gestione dei disservizi e dei reclami in una logica di risoluzione dei problemi segnalati dal cliente	
3. Posizionamento servizi nel sistema di riferimento	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	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di customer satisfaction. ▪ Principi di marketing. ▪ Principi di organizzazione aziendale: processi, ruoli e funzioni. ▪ Principi di pianificazione strategica ed operativa.
	Individuare nuove e potenziali fasce di mercato al fine di valutare opportunità di sviluppo e riposizionamento	
	Intercettare esigenze e fabbisogni emergenti prefigurando modelli di servizio innovativi coerenti con l'immagine che si vuole trasmettere	
	Interpretare le dinamiche evolutive e le tendenze del mercato/sistema di riferimento	
4. Cura e gestione cliente	Cogliere e interpretare le indicazioni e le valutazioni del cliente al fine di migliorare costantemente il servizio e soddisfare al meglio le aspettative	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di project management. ▪ Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente. ▪ Tecniche di coordinamento e organizzazione del lavoro. ▪ Tecniche e metodi di customer relationship management.
	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)	
	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	
	Riconoscere le caratteristiche del cliente e comprenderne bisogni, preferenze, desideri, aspettative	

Riferimenti per lo sviluppo, la valutazione, la formalizzazione e la certificazione delle competenze

Unità di competenza 1. Configurazione servizi		
Indicatori	Capacità	Conoscenze
<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. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definire le caratteristiche distintive dei servizi core, stabilendone le peculiarità, il livello di qualità erogata e il target del cliente/utente ▪ Determinare gli strumenti di pianificazione, riprogrammazione e controllo dei servizi erogati, i parametri di prestazione previsti e i risultati attesi ▪ 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 ▪ Prefigurare le attività complementari e di supporto ai servizi core funzionali al funzionamento delle attività principali e al soddisfacimento della domanda 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principali tecniche e strumenti di pianificazione e controllo delle attività. ▪ Principi di project management. ▪ Principi di marketing. ▪ Principi di amministrazione e gestione d'impresa. ▪ Principali tecniche di budgeting. ▪ Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza. ▪ La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).
Risultato atteso		
Servizi core definiti e strutturati in coerenza con gli standard di qualità stabiliti.		

Unità di competenza
2. Organizzazione servizi

Indicatori	Capacità	Conoscenze
<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. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 percezi ■ 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 ■ Prefigurare le risorse strutturali, professionali ed economiche necessarie all'erogazione del servizio e funzionali al raggiungimento degli obiettivi strategici definiti ■ Prevedere modalità e procedure per la gestione dei disservizi e dei reclami in una logica di risoluzione dei problemi segnalati dal cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Principi di organizzazione aziendale: processi, ruoli e funzioni. ■ Principali tecniche e strumenti di pianificazione e controllo delle attività. ■ Tecniche di coordinamento e organizzazione del lavoro. ■ Principali tecniche di gestione delle risorse umane. ■ Principi di amministrazione e gestione d'impresa. ■ Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza. ■ La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).

Risultato atteso

Sistema di offerta predisposto e attivato in tutte le sue componenti essenziali.

Unità di competenza 3. Posizionamento servizi nel sistema di riferimento		
Indicatori	Capacità	Conoscenze
<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. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 ▪ Individuare nuove e potenziali fasce di mercato al fine di valutare opportunità di sviluppo e riposizionamento ▪ Intercettare esigenze e fabbisogni emergenti prefigurando modelli di servizio innovativi coerenti con l'immagine che si vuole trasmettere ▪ Interpretare le dinamiche evolutive e le tendenze del mercato/sistema di riferimento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principi di pianificazione strategica ed operativa. ▪ Principali tecniche di benchmarking. ▪ Principi di marketing. ▪ Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza. ▪ La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).
Risultato atteso		
Target e mercato di riferimento identificato.		

Unità di competenza 4. Cura e gestione cliente		
Indicatori	Capacità	Conoscenze
<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. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cogliere e interpretare le indicazioni e le valutazioni del cliente al fine di migliorare costantemente il servizio e soddisfare al meglio le aspettative ▪ 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) ▪ 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 ▪ Riconoscere le caratteristiche del cliente e comprenderne bisogni, preferenze, desideri, aspettative 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente. ▪ Tecniche e metodi di customer relationship management. ▪ Principi di customer satisfaction. ▪ Principi di customer care. ▪ Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza. ▪ La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).
Risultato atteso		
Relazione col cliente presidiata e assistita.		