



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

## Servizio Agricoltura

### Ufficio Economia e Politica Agraria

Via G.B. Trener, 3 – 38121 Trento

**T** +39 0461 495906

**F** +39 0461 495763

**@** serv.agricoltura@provincia.tn.it

**pec** serv.agricoltura@pec.provincia.tn.it

**web** www.provincia.tn.it

Spett.le  
G&A GROUP SRL SOCIETA' BENEFIT  
VIA VITTORIO VENETO 55  
38015 LAVIS TN  
ga-group@pec.it

S164/2024/10.15-2024-1/MAZ

Numero di protocollo associato al documento come metadato (DPCM 3.12.2013, art. 20). La segnatura di protocollo è verificabile in alto a destra oppure nell'oggetto della PEC o nei files allegati alla medesima. Data di registrazione inclusa nella segnatura di protocollo.

Negli esemplari cartacei segnatura di protocollo in alto a destra (da citare nella risposta).

Oggetto: LP 10/2019 – crediti formativi per gli operatori agrituristici

Si fa riferimento alla comunicazione via PEC di data 1 febbraio 2024, prot. n. 85226, in cui si trasmettono le proposte formative per il periodo febbraio-marzo 2024. Le proposte sono, in generale, considerate interessanti e positive per la formazione e l'aggiornamento degli operatori agrituristici.

Con riferimento alle singole proposte e ai crediti formativi che gli operatori agrituristici devono conseguire con cadenza triennale, si esprime di seguito una valutazione dei crediti attribuibili con riferimento a ciascun corso.

### 1) APPROCCIO E STRATEGIE COMMERCIALI

Oggi è sempre più importante far crescere l'occupazione della struttura ed il ricavo medio per camera, ottimizzando gli investimenti dedicati alla promo-commercializzazione. Nell'era dell'intermediazione della domanda è necessario capire come funzionano i principali canali, quali "trucchi" possono far aumentare il posizionamento, etc. Al contempo, occorre intraprendere azioni che favoriscano una disintermediazione della domanda e la conversione diretta del proprio sito web, attraverso un approccio commerciale efficace e una gestione delle richieste via email e via telefono ottimale.

Argomenti:

- ✓ I principali portali di commercializzazione: come funzionano e come gestirli
- ✓ Come attuare una strategia di vendita efficace
- ✓ Approccio alla vendita via telefono e via email
- ✓ Gestione dei canali di vendita online e offline

- ✓ Definizione delle tariffe e delle condizioni di vendita
- ✓ Gestione dei prezzi dinamici e accenni al Revenue Management
- ✓ Monitoraggio delle performance di vendita
- attinenza con le materie “comunicazione” e “marketing”
- presenza esame finale non indicata
- crediti: 4 ore \* 1,5 = 6.

## 2) GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL

Argomenti:

- ✓ Funzionamento e caratteristiche dei diversi canali social ✓ Come ottimizzare il profilo di struttura sui social
- ✓ Come si sviluppa una Social Strategy per la propria struttura ✓ Cos'è e come creare un piano editoriale
- ✓ Come pianificare e programmare la pubblicazione dei contenuti
- ✓ Esempi di campagne sponsorizzate
- ✓ Strumenti di monitoraggio della campagna sponsorizzata
- ✓ Strumenti a supporto della creazione contenuti: Canva e strumenti per la creazione di video e reel
- ✓ L'importanza delle immagini per la comunicazione social
- attinenza con le materie “comunicazione” e “marketing”
- presenza esame finale non indicata
- crediti: 4 ore \* 1,5 = 6.

## 3) GESTIONE DELLA BRAND REPUTATION

Argomenti:

- ✓ Importanza e caratteristiche dei diversi canali
- ✓ Come ottimizzare il profilo di struttura
- ✓ Strategia di monitoraggio e gestione efficace dei canali - con dati a supporto
- ✓ Come rispondere in maniera efficace alle recensioni
- ✓ Come incentivare il rilascio della recensione
- ✓ Come prevenire le recensioni negative
- attinenza con la materia “marketing”
- presenza esame finale non indicata
- crediti 1,5 \* 4 = 6.

## 4) ATTIVITÀ FORMATIVA LABORATORIALE SUL TEMA DELL'IDENTITÀ E POSIZIONAMENTO DELLA STRUTTURA

Argomenti:

- ✓ Le caratteristiche del prodotto turistico e i trend della domanda
- ✓ Cosa significa “identità” per una struttura ricettiva
- ✓ Come sviluppare un'identità distintiva e riconoscibile
- ✓ La specializzazione dell'offerta e il posizionamento
- ✓ Come identificare il proprio posizionamento
- ✓ Cosa sono e come costruire il profilo di una Buyer Persona
- attinenza con “marketing”
- presenza esame finale non indicata
- crediti 1,5 \* 4 = 6.

Facendo presente che il dott. Marco Zucchelli, direttore dell'Ufficio economia e politica agraria, può essere contattato per eventuali chiarimenti, si porgono cordiali saluti.

IL DIRIGENTE

- dott. Andrea Merz -

Questa nota, se trasmessa in forma cartacea, costituisce copia dell'originale informatico firmato digitalmente, predisposto e conservato presso questa Amministrazione in conformità alle Linee guida AgID (artt. 3 bis, c. 4 bis, e 71 D.Lgs. 82/2005). La firma autografa è sostituita dall'indicazione a stampa del nominativo del responsabile (art. 3 D.Lgs. 39/1993).