

Corso di Formazione Professionale

# OPERATORE TURISTICO

## ESPERIENZIALE 2025



confluenze

Progetto finanziato dalla Regione Lazio

[www.aisfor.it](http://www.aisfor.it)

# INDICE

01- Aisfor

02 - DMO Beltur

03 - L'operatore turistico esperienziale

04 - Il progetto formativo

05 - Caratteristiche del corso

06 - Tempistiche

07 - Moduli

08 - Docenti

09 - Contatti



AISFOR

# CHI SIAMO



*Crediamo nel valore della formazione per poter soddisfare i bisogni di innovazione e sviluppo personale.*

- **Ente di formazione accreditato dal 2005**
- **Professionisti, ricercatori, docenti con esperienza pluriennale**
- **100 progetti formativi realizzati**
- **1600 persone formate**
- **400 aziende e clienti**

DMO BELTUR LAKES OF ROME



# CHI SIAMO

La **Destination Management Organization** **DMO Beltur Lakes of Rome** è un Ente senza scopo di lucro fondato da Aisfor, Sinopie e dai Comuni di Anguillara Sabazia, Bracciano, Manziana, Oriolo Romano, Trevignano Romano e del Parco Naturale Regionale di Bracciano Martignano, per lo sviluppo e la promozione dell'offerta turistica del territorio dei **Borghi e dei Laghi della Tuscia Romana e dei Monti Sabatini**.

# IL NOSTRO IMPEGNO

Aisfor & DMO Beltur Lakes of Rome lavorano in sinergia con partner pubblici e privati per mettere a sistema le risorse e promuovere in rete attrattori storico-culturali, archeologici, naturalistici e delle produzioni artigianali presenti nell'ambito territoriale della DMO.

Formiamo operatori per promuovere una **trasformazione culturale** nell'approccio alla gestione turistica al fianco di strutture ricettive, produttori, enti e istituzioni nel territorio.



# L'operatore turistico esperienziale

## Progetta

Analisi dei flussi e delle risorse per ideare itinerari ed esperienze che valorizzino cultura locale, enogastronomia ed attività outdoor.

## Realizza

Affianca operatori e strutture ricettive nella realizzazione di esperienze autentiche e percorsi coinvolgenti per un turismo sostenibile

## Promuove

Utilizza efficacemente tecniche di storytelling, di comunicazione e strumenti digitali per la promozione dell'offerta di prodotti e la distribuzione coordinata del catalogo della destinazione.

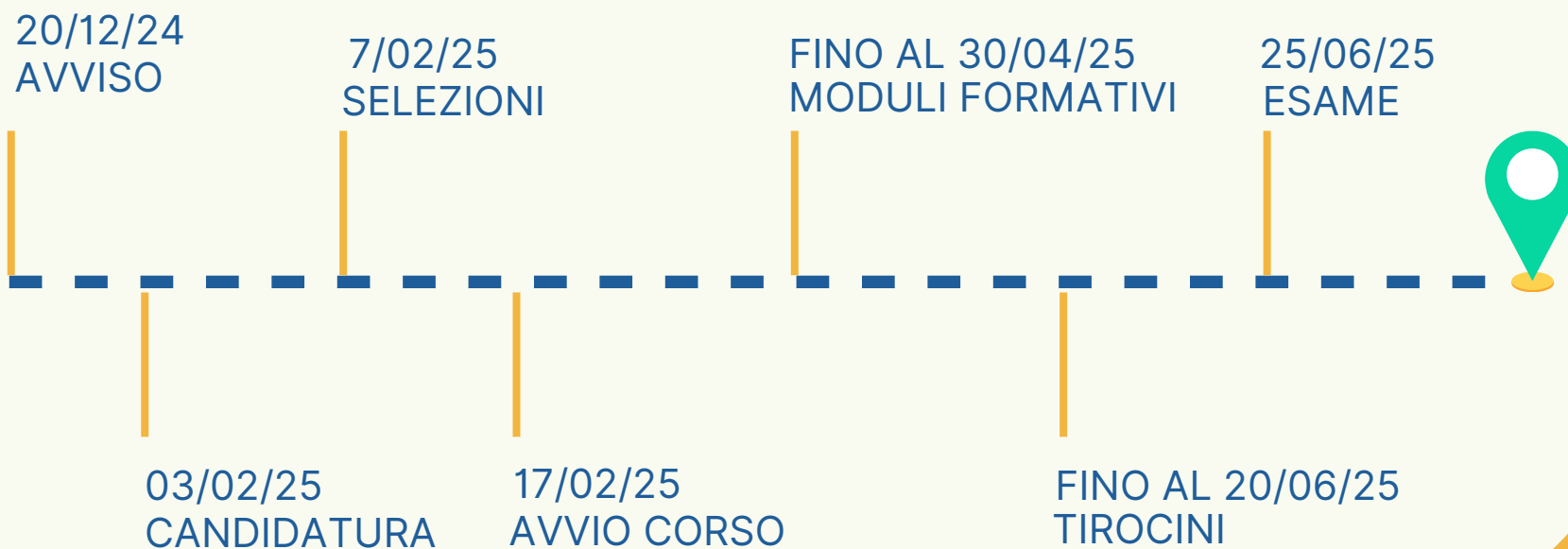
*L'operatore esperienziale è un product manager generatore di sviluppo economico e sociale del territorio: costruisce esperienze che valorizzano il patrimonio culturale e naturale della destinazione.*

# IL PROGETTO FORMATIVO

L'obiettivo è formare 12 figure professionali di “**Operatore turistico esperienziale**” per la promozione e il rilancio turistico del territorio, con focus sui flussi derivanti dall'evento del Giubileo del 2025 con conoscenze, competenze e abilità per affiancare operatori locali nello sviluppo di strategie e iniziative per attrarre visitatori, organizzare esperienze turistiche coerenti con le peculiarità culturali, ambientali, enogastronomiche che costituiscono l'attrattiva turistica della destinazione stessa.

Il corso ha l'**obiettivo** di trasferire competenze, conoscenze e abilità multidisciplinari (tecnica turistica, informatica e comunicazione) nell'ambito della promozione turistica, della organizzazione delle esperienze e della valorizzazione degli attrattori presenti sul territorio della DMO Beltur Lakes of Rome.

# IL PERCORSO





# MODULI&OBIETTIVI

1 Presentazione &  
inquadramento professionale



**20 ore** Orientamento al ruolo, aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali; il sistema turistico regionale e nazionale; le imprese turistiche secondo la normativa statale; il concetto di filiera turistica e la sua evoluzione nel mercato attuale.

2 Sicurezza dell'ambiente di lavoro



**8 ore** Conoscenza dei rischi connessi all'attività lavorativa



# MODULI & OBIETTIVI

**3** Trattamento dei dati personali delle aziende turistiche



**4 ore** Utilizzare in modo corretto i dati personali dei clienti e dei potenziali clienti, e per valorizzarli al fine di incrementare la revenue aziendale; aggiornare il "Registro dei trattamenti" in funzione delle nuove attività di marketing aziendali, nel rispetto della normativa (UE) 2016/679; indagare e registrare le motivazioni e le necessità dei clienti, in forma anonima o non, al fine di migliorare i servizi erogati

# MODULI&OBIETTIVI

## 4 Analisi dell'offerta turistica

**32 ore** Evoluzione dello scenario turistico; il mercato del turismo e le sue tendenze; turismo sostenibile e gli obiettivi di Agenda 2030; le politiche e le strategie turistiche: nuove tendenze; le norme di diritto nazionale, comunitario e regionale del turismo; metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti; analisi specifica dell'offerta turistica del territorio attraverso: ricerche documentarie, visite dei luoghi, analisi delle risorse della struttura e indagini di mercato; identificare punti di forza, debolezza, opportunità e rischi della struttura/servizio turistico; destinazioni turistiche, ciclo di vita e fattori che determinano flussi; governance: destination management, piani strategici, DMO; analisi dei flussi turistici – Metodo St. Gallen; individuare le caratteristiche del mercato della concorrenza e quello potenziale

# MODULI&OBIETTIVI

## 5 Analisi della domanda turistica



**32 ore** Modalità di definizione di un target di utenza; usi e costumi dei potenziali target di riferimento; definire il target di utenza che si desidera attrarre, coerentemente con l'infrastruttura turistica esistente. Creazione di buyer personas; come orientarsi tra i dati statistici in ambito turistico. Le potenzialità dei dati in prospettiva smart destination; metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti

# MODULI&OBIETTIVI

## 6 Definire e posizionare l'offerta di esperienze

**32 ore** Tecniche e metodologie di definizione del prodotto/servizio turistico da veicolare all'esterno in relazione al target di utenza individuato (Giubileo 2025) e al mercato analizzato; il prodotto turistico e la costruzione dell'offerta; il processo di creazione di esperienze turistiche; destination marketing e marketing per il turismo - ciclo di relazione tra turista e destinazione, fattori interni ed esterni del marketing; cultura dell'accoglienza turistica come qualificazione dell'offerta; club di prodotto e valore nel rapporto con il cliente; Il ruolo del branding nel settore turistico; scoprire la propria identità e comunicarla; come differenziarsi sul mercato e comunicarsi in modo adeguato; digital and visual content marketing turistico: web marketing, siti web, social media, email marketing, google my business

# MODULI&OBIETTIVI

7 Project work



**12 ore** Individuazione e accompagnamento alla visita diretta delle realtà del territorio per organizzare esperienze turistiche specifiche per la destinazione. Progettazione, sviluppo di una esperienza a carattere sportivo, o enogastronomico o laboratoriale o visita guidata. Analisi del prodotto, organizzazione dei fattori produttivi, progettazione del materiale promozionale illustrativo funzionale alla vendita. Organizzazione di gruppi di lavoro, guida e supervisione del project work fino alla sua realizzazione.

# DOCENTI

I docenti sono professionisti, ricercatori, imprenditori, esperti di turismo culturale sostenibile, destination manager, esperti di comunicazione e digitalizzazione, collaboratori e partner di Aisfor, Sinopie, Just Good Tourism, Regiondo, DMO Beltur ed altri importanti attori del settore turistico.



## Per informazioni

---

069968896 - 0639375396  
[www.aisfor.it](http://www.aisfor.it)

---

[segreteria@aisfor.it](mailto:segreteria@aisfor.it)  
Via Santo Stefano, 11  
Anguillara Sabazia

