

INTRODUKTION TILL DIGITALISERING BETRÄFFANDE SMÅ OCH MEDELSTORA FÖRETAG INOM TURISM- OCH BESÖKSNÄRING

2:a Intellectual Output:
Utveckling av en yrkesprofil för
agenter inom turism och
besöksnäring Digitalisering

INTRODUKTION

Detta dokument innehåller det andra intellektuella resultatet (IO2) av Erasmus+-projektet dTour, med titeln "Occupational Profile for the dTour Adviser in Tourism and Hospitality Digitalisation" (Yrkesprofil för dTour-rådgivare inom digitalisering av turism och besöksnäring). Den har utformats genom ett program för utvecklingsverksamhet inom ramen för dTour-partnerskapet, som har understrukits och informerats av analysen av data som samlats in under ett omfattande program för skrivbordsefterforskningar och fältarbete, inklusive samråd med intressenter, under utarbetandet av undersökningsrapporten "Benchmarking of Current Digital Tools in Tourism and Hospitality" (IO1).

Resultaten av den studien pekade i stora drag på behovet av att definiera gemensamma kompetensnormer för att informera om yrkesprofilen och rollen för den nyligen utformade "dTour-rådgivaren" inom digitalisering. Yrkesprofilen innehåller en detaljerad beskrivning av de olika kompetenser som krävs för att rollen ska kunna utföras effektivt. Profilen fokuserar på vad som krävs i form av kompetens (kunskap, färdigheter och attityder) för att dTour-rådgivaren ska kunna ge råd och främja de digitala möjligheterna inom hotell- och turismsektorn till små och medelstora företag så att de kan maximera de möjligheter som den digitala tekniken erbjuder.

Yrkesprofilen är utformad på EQF-nivå 4/5, vilket är en central återspeglning av var profilen sannolikt kommer att erbjuda i nationella sammanhang. Detta innebär inte att alla kompetenser ligger på denna nivå och vissa ligger högre, men att den övergripande nivån för yrkesprofilen har fastställts på denna nivå för att fånga upp de viktigaste kärnkompetenserna som är knutna till rollen. Användningen av den europeiska referensramen för kvalifikationer (EQF) för att fastställa detta riktmärke som nivå, ger en referenspunkt för dess integrering i de nationella referensramar för kvalifikationer som finns i hela Europa och ger också den centrala och grundläggande struktur som ligger till grund för utformningen och produktionen i dTour av läroplansinnehåll, utbildningsmaterial och ett ISO-anpassat certifieringssystem för att stödja och validera yrkesprofilen.

BAKGRUND & MOTIVERING

Det har sagts att digitalisering är nyckeln till framgång inom turistsektorn. Olika organisationer inom en rad olika områden i branschen håller redan på att gå in i den digitala eran i allt snabbare takt. Digitaliseringen sker i olika uppgifter, verksamheter och operationer inom sektorn, vilket utvecklar organisationerna när det gäller deras interna förvaltning men också i deras affärsverksamhet som syftar till att hitta nya kunder eller tillgodose kundernas behov av turisttjänster av allt högre kvalitet. En sådan utveckling kan vara en vardaglig rutin för större företag inom turismen. Detta är dock inte fallet för små och medelstora företag, som utan tvekan är oumbärliga för att Europa ska kunna bli en av världens främsta turistdestinationer. Små och medelstora företag har ofta inte kapacitet eller resurser att anpassa sig till förändringar och innovationer inom branschen och riskerar att fortsätta förlita sig på föråldrade och mindre effektiva affärsprocesser och metoder. Utan ingripanden och stöd till små och medelstora företag kan denna bristande förmåga att ta till sig digitaliseringen leda till förlorade möjligheter att öka företagets resultat.

Syftet med dTour-projektet är att utbilda och certifiera personer som arbetar inom turism- och besöksnäringen med innovativa digitala färdigheter för att kunna tillhandahålla högkvalitativa digitaliserade tjänster till små och medelstora företag med fokus på hotell och logi.

Dessutom ger projektet små och medelstora företag inom turism och besöksnäring möjlighet att navigera genom ny digital teknik och nya verktyg som de kan använda för att gynna sin verksamhet.

BESKRIVNING AV ROLLEN SOM dTOUR-RÅDGIVARE

"dTour-rådgivare" kan verka i en rad olika sammanhang: De kan vara anställda som affärsrådgivare eller branschrådgivare till ekonomiska utvecklingsorgan eller handelskammare, de kan vara anställda som konsulter eller coacher i utbildningsorganisationer som arbetar med små och medelstora företag och anställda. De kan vara anställda eller arbeta som frilansare eller egenföretagare. När det gäller små och medelstora företag är det troligast att de är involverade i program som har ett inslag av offentlig finansiering för att stödja turistsektorn, även om denna profil också tar hänsyn till dem som arbetar rent privat. Oavsett detta har yrkesprofilen och kompetenserna utformats för att täcka dem som helt eller delvis arbetar i ett yrke som innebär att de stöder företag inom turistsektorn i deras arbete med att öka digitaliseringen av verksamheten. Rådgivarna kan vara personer som redan arbetar inom turist- och hotellsektorn och som vill förbättra sina färdigheter och anställningsmöjligheter. De kan också vara ägare och operatörer av små och medelstora företag som förstår behovet av digitalisering och vill föra in sin egen verksamhet i den nya digitala eran, eller företagskonsulter som redan arbetar med- eller är intresserade av att samarbeta med små och medelstora företag inom sektorn.

Ursprungligen användes termen "agenter" för att beskriva profilen, men efter ytterligare översyn har den ersatts av termen "rådgivare" för att bättre beskriva det rådgivande förhållandet mellan den person som utför denna roll och de företag som de stöder.

När det gäller andra aspekter av deras profil förväntas dTour-rådgivaren ha erfarenhet av och goda kunskaper om hotell- och turismsektorn. De är angelägna om att utveckla sina färdigheter inom detta område för att öka sina anställningsmöjligheter och dela med sig av sina färdigheter och kunskaper till förmån för andra inom sektorn. De har själva utmärkta digitala färdigheter - även om de kanske inte är "IT-expert" - och har en god förståelse för de aktuella digitala omvandlingstrenderna och tekniken inom sektorn, vilket de kan kombinera med en god insikt i företagets behov. dTour-rådgivaren använder sin kunskap om tillgänglig teknik och sin förståelse för sektorns affärsbehov för att ge råd och vägleda små och medelstora företag så att de kan utnyttja dessa digitala möjligheter för att få maximal nytta. De arbetar med små och medelstora företag för att förstå deras nuvarande situation, de verktyg som redan används och eventuella planerade digitala förbättringar och använder sedan detta för att tillhandahålla lämpliga lösningar med hjälp av den lämpligaste tekniken eller de lämpligaste tillämpningarna, som bäst passar företagets behov, för att förbättra de små och medelstora företagens digitalisering av sina processer och/eller tjänster.

BESKRIVNING AV ROLLEN SOM dTOUR-RÅDGIVARE

dTour-rådgivaren prioriterar att introducera lösningar för små och medelstora företag baserade på "open resource" som kan anpassas och användas för deras verksamhet och som är billiga eller kostnadsfria (till skillnad från att agera som försäljningsagent för specifika lösningar och produkter) eller föreslå mer specifika "standardlösningar" och skräddarsydda lösningar som är anpassade till behoven och de investeringar som finns tillgängliga för digitalisering.

Även om dTour-rådgivarens profil inte har utformats som en "digitaliseringsutbildare" förväntas de kunna ge information och vägledning om den tillgängliga teknikens lämplighet och, i vissa fall, direkt handleda de små och medelstora företagen på ett sätt som gör det möjligt att "uppgradera" och möjliggöra användningen av vissa digitala tillämpningar och standardverktyg för e-handel och e-företag (inklusive onlinebokningsplattformar och förvaltningssystem).

Personspecifikation: Beskrivning av rollen och de införlivade yrkesområdena

Matrisen för inlärningskompetenser (IO2) för dTour-rådgivaren består av sju olika yrkesområden;

1. Diagnostik och åtgärdsplanering (SWOT, TNA) - Den kompetens som beskrivs inom detta område fokuserar på dTour-rådgivarens förmåga att använda verktyg och diagnostik för att bättre orientera sig om de små och medelstora företagens nuvarande situation, affärsmodell och affärsprocesser och identifiera styrkor och svagheter. Den insamlade informationen bedöms för att utforska områden som kan förbättras, hur förbättringar kan uppnås och hur digitaliseringen kan stödja dessa förbättringar. Inom detta område övervägs och rekommenderas inte bara digitala åtgärder utan man tittar också på det mest praktiska och effektiva sättet, inklusive eventuella utbildningskrav, att genomföra förändringarna för att se till att de verkligen integreras i de nya affärsprocesserna. Dessa delar sammanförs sedan för att skapa en förbättringsplan för att stödja de små och medelstora företagens verksamhet att utveckla och anta ny teknik för att göra detta.

BESKRIVNING AV ROLLEN SOM dTOUR-RÅDGIVARE

2. Användning av digitalisering för att förbättra företagsnätverk - det andra området fokuserar på den kompetens som behövs för att dTour-rådgivaren ska kunna stödja små och medelstora företag i användningen av teknik för att utveckla sina företagsnätverk. Digitaliseringen i sig har redan bidragit till att vi kan få kontakt med vänner och familj över hela världen och inte längre begränsas av den fysiska platsen. Detta område syftar till att utveckla detta för att uppmuntra de små och medelstora företagen att utveckla sina nätverk och "nå ut" i en affärsmiljö. Därför känner dTour-rådgivaren till de befintliga online-verktyg och tekniker som finns tillgängliga för nätverksbyggande och hjälper de små och medelstora företagen att utöka sin närvaro och sina nätverk online. Detta innebär att vara bekant med nätverk och grupper i de små och medelstora företagens eget land samt med nätverk och grupper inom olika branscher. dTour-rådgivaren stöder de små och medelstora företagen genom att uppmuntra dem att gå med i lämpliga online-grupper och portaler för att utbyta information, kontakter och råd.

3. Hitta nya kunder - denna kompetens handlar om att fokusera på att använda digitalisering för att hitta nya kunder och expandera verksamheten. dTour-rådgivaren förstår hur teknik och digitala lösningar används inom branschen för att marknadsföra företag och få nya kunder. De känner till de aktuella marknadstrenderna och kan använda dessa för att öka marknadsandelen och kundbasen för de små och medelstora företagen. De använder sina kunskaper för att söka efter ny teknik för att se till att de små och medelstora företagen har den senaste informationen och kan dra nytta av den. De använder digitala kanaler för att undersöka branschen och förstå vilken teknik som är lämpligast för olika delar av sektorn.

4. Förbättra kundupplevelsen - detta område fokuserar på den kompetens som behövs för att dTour-rådgivaren ska kunna ge råd till små och medelstora företag för att förbättra kundupplevelsen. Det är utan tvekan en av de mest kritiska kompetenserna eftersom en förbättring av befintliga kunders upplevelse inte bara leder till upprepade bokningar och besök utan också till rekommendationer, vilket är en effektiv metod för att öka antalet kunder och få verksamheten att växa. För att uppnå denna kompetens måste dTour-rådgivaren förstå den exakta miljö där de verkar och de tillhörande specifika krav som leder till en förbättrad kundupplevelse. De måste "sätta sig in i kundens situation" och analysera kundresan för att identifiera områden som kan förbättras och överväga digitala alternativ för att genomföra denna förändring. De måste vara medvetna om att alla förändringar som genomförs måste gynna de flesta kunderna och inte vara begränsande. De måste också vara medvetna om vilka konsekvenser det kan få för företaget om en förbättring inte genomförs.

BESKRIVNING AV ROLLEN SOM DTOUR-RÅDGIVARE

5. Förbättrad kvalitet - Även om det utan tvekan är positivt för små och medelstora företag att öka det totala antalet kunder och utvidga affärsnätverken, måste dTour-rådgivaren se till att den föreslagna lösningen inte bara leder till ett ökat antal kunder, utan också att den gör det utan att kompromissa med den erbjudna kvaliteten. Därför fokuserar detta område på hur kvaliteten på den produkt eller tjänst som erbjuds kan förbättras med hjälp av teknik. dTour-rådgivaren kan identifiera de delar av verksamheten som kan automatiseras för att förbättra kvaliteten och de delar där ett mer traditionellt tillvägagångssätt sannolikt är bättre. De måste kunna förstå och bryta ner komplexa processer för att identifiera de olika delarna och avgöra var tekniken kan ge den största förbättringen. De kan förklara hur tekniken leder till förbättringar och frigör personal när tekniken inte är det bästa alternativet.

6. Bedömning av alternativ (digitaliseringsalternativ, modeller, standardalternativ och skräddarsydda alternativ) Detta område fokuserar på de kompetenser som dTour-rådgivaren behöver för att kunna förstå de aktuella produkter och tillämpningar som finns på marknaden samt förutspåda marknadstrender och kommande lösningar. Detta område hjälper dTour-rådgivaren att analysera affärsområdet för tillämpningen av var och en av de tillgängliga lösningarna och att jämföra för- och nackdelar med liknande produkter för att kunna ge de små och medelstora företagen en heltäckande rekommendation för en digital lösning.

7. Internationalisering - denna kompetens handlar om hur teknik och digitala lösningar kan tillgodose behoven hos många användare, även i partnerländer. dTour-rådgivarna delar med sig av produktinformation i sina bredare nätverk och med rådgivarkollegor i andra länder för att främja lösningar som tar itu med gemensamma utmaningar inom gästfrihet och turism och som därför kan utgöra en del av en bredare internationell lösning.

BESKRIVNING AV ROLLEN SOM D TOUR-RÅDGIVARE

Varje modul består av inlärningsmål som är förankrade i tre kompetensområden:

Kunskap: Kunskap är en förtrogenhet med, medvetenhet om eller förståelse av någon eller något, t.ex. fakta, information, beskrivningar eller färdigheter, som man förvärvar genom erfarenhet eller utbildning genom att uppfatta, upptäcka eller lära sig. Kunskap är en teoretisk eller praktisk förståelse av ett ämne. Den kan vara implicit (som praktisk skicklighet eller expertis) eller explicit (som den teoretiska förståelsen av ett ämne). Kunskapsinhämtning inbegriper kognitiva processer: perception, kommunikation och resonemang.

Kompetens: En färdighet är förmågan att utföra en uppgift med förutbestämda resultat. Ofta begränsas detta av en viss mängd tid, energi eller båda. Färdigheter kan delas in i så kallade hårda färdigheter och mjuka färdigheter. Hårda färdigheter avser information om arbetsmarknaden och yrkesutbildning eller hur man hämtar relevant information på nätet. Med mjuka färdigheter avses däremot kommunikationsförmåga, känslomässig intelligens, empati för kundernas behov och allmän attityd.

Attityder: En attityd är en individs känsla eller åsikt, och den visar sig i ditt beteende. Attityder är komplexa och förvärvas genom erfarenheter över tid

dTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

1. DIAGNOSTIK OCH ÅTGÄRDSPLANERING

När det gäller diagnostik och åtgärdsplanering kan dTour-rådgivaren visa upp följande:

- Kunskap om och förståelse för relevanta och varierande strategier och verktyg för att a) stödja små och medelstora företag inom turistsektorns kunder att identifiera och diagnostisera realistiska och uppnåeliga digitaliseringskrav och b) sammanställa en plan för att uppnå dessa krav;
- Förmågan att ge kunderna inom turistsektorn möjlighet att identifiera sina motiv och övervinna hinder för att ta nästa steg i digitaliseringen av sin verksamhet;
- Professionella egenskaper som gör det möjligt för dTour-rådgivaren att etablera och upprätthålla en god kontakt med små och medelstora företag inom turistsektorn under hela processen.

KOMPENETS:

KUNSKAP

- Övningar och verktyg för SWOT- eller SWOT/B-analyser
- Analys av utvecklingsbehov (DNA) eller analys av utbildningsbehov (TNA)
- Kraftfältanalys (hjälp och hinder)
- Checklistor, verktyg och referenser som kan användas tillsammans med beslutsfattare i företaget
- Den heterogenitet och de olika inlärningsstilar och preferenser som finns bland ägare och beslutsfattare i små och medelstora företag
- Olika riktmärken och standarder som representerar relevanta och uppnåeliga "normer" i förhållande till kunden och den nuvarande digitaliseringssituationen i deras verksamhet.

KOMPETENS

- Upprätta en stark relation med kunderna
- Ta reda på vad som särskilt motiverar kunderna att påbörja sin digitaliseringsresa
- Identifiera och analysera de hinder (verkliga och upplevda) som finns för att ta "nästa steg" i digitaliseringsprocessen.
- Stödja kunderna att sätta upp SMART-mål för att övervinna dessa hinder och i enlighet med deras handlingsplaner för digitalisering
- Hantera förväntningar och definiera lämpliga gränser i förhållande till de tjänster som erbjuds.
- inse potentialen i den tjänst som erbjuds, men också sätta gränser och inse begränsningarna i den tjänst som kan erbjudas/erbjudas företagen

ATTITYDER

- Empati och förståelse för kunderna och deras företagssituation
- Betoning på att lyssna och ge befogenheter snarare än att instruera och föreskriva
- En icke-dömande och uppmuntrande hållning
- Öppenhet och förståelse
- Optimism och förtroende beroende på kundernas situation och deras
- Problemlösningsförmåga och handelspotential genom digitalisering

DTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

2. DIGITALISERING FÖR ATT FÖRBÄTTRA FÖRETAGSNÄTVERKEN

När det gäller digitalisering för att förbättra affärsnätverk kan dTour-rådgivaren visa upp följande:

- Kunskap och förmåga att förstå turismsektorns komplexitet när det gäller samverkan i värdekedjan, inom små och medelstora företag, med kunder och i förhållande till turistmålet. Fördjupad kunskap om digitala verktyg och deras tillämpningar för att kunna ge råd om de bästa strategierna och användningsområdena för att öka effektiviteten och flexibiliteten i nätverken i syfte att nå framgång i affärsverksamheten;
- Kapacitet att stödja små och medelstora företag för självdiagnostik och för att upprätta strategier och handlingsplaner för kontinuerlig förbättring av digitaliseringen av affärsnätverk;
- Professionella egenskaper som gör det möjligt för dTour-rådgivaren att etablera och upprätthålla en god kontakt med små och medelstora företag inom turistsektorn under hela processen.

KOMPETENS

KUNSKAP

- Analys- och diagnostiska metoder för utvärdering av nätverk för turistföretag
- Strategisk vision och utarbetande av handlingsplaner för kontinuerlig förbättring av digitaliseringen av affärsnätverk
- Turistsektorns dynamik när det gäller samverkan i värdekedjan, inom företagen, med kunderna och i förhållande till turistmålet.
- Digital omvandling som ett sätt att öka effektiviteten och flexibiliteten i nätverken för att turismverksamheten ska bli framgångsrik
- Hur man bygger nätverk inom ramen för en smart turistdestination
- Hur man bygger nätverk inom ramen för cirkulär turism.
- Förbättra kund- och turistupplevelsen genom digitala nätverk

KOMPETENS

- Upprätta en stark relation med kunderna - små och medelstora turistföretag.
- Ta reda på vad som särskilt motiverar kunderna att påbörja sin digitaliseringsresa
- Identifiera och analysera de hinder (verkliga och upplevda) som finns för att ta "nästa steg" i digitaliseringsprocessen.
- Stödja kunderna att sätta upp SMART och hållbara mål för att övervinna dessa hinder och i enlighet med deras handlingsplaner för digitalisering av nätverk
- Identifiera och anpassa strategier och projekt till kundernas och nätverkspartnernas behov och önskemål.
- Hantera förväntningar och definiera lämpliga gränser i förhållande till de tjänster som erbjuds
- inse potentialen i den tjänst som erbjuds, men också sätta gränser och inse begränsningarna i den tjänst som kan erbjudas/erbjudas företagen

ATTITYDER

- Empati och förståelse för kunderna och deras företags situation
- Betoning på att lyssna och ge befogenheter snarare än att instruera och föreskriva
- En icke-dömande och uppmuntrande hållning
- Öppenhet och förståelse
- Optimism och förtroende beroende på kundernas situation och deras problemlösningsförmåga och handelspotential genom digitalisering

DTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

3. HITTA NYA KUNDER

När det gäller att hitta nya kunder kan dTour-rådgivaren visa upp följande:

- Kunskap om och förståelse för relevanta och varierande strategier och verktyg för att a) stödja små och medelstora företag inom turistsektorns kunder att identifiera och diagnostisera realistiska och uppnåeliga digitaliseringskrav och b) sammanställa en plan för att uppnå dessa krav;
- Förmågan att ge kunderna inom turistsektorn möjlighet att identifiera sina motiv och övervinna hinder för att ta nästa steg i digitaliseringen av sin verksamhet;
- Professionella egenskaper som gör det möjligt för dTour-rådgivaren att etablera och upprätthålla en god kontakt med små och medelstora företag inom turistsektorn under hela processen.

KOMPETENS

KUNSKAP

- Principer för turism och marknadsföring
- Datorer och digitala system
- Branschen, partnerna och intressenterna
- Turistpolitik, strategier målmarknader, nya och framväxande marknader
- Nuvarande och framtida trender inom digital turism
- Den egna destinationen och vad den erbjuder
- Hur man digitalt marknadsför små och medelstora företag och relevanta begränsningar (t.ex. begränsat kapital) och fördelar (t.ex. personlig kundservice)

KOMPETENS

- Använda digitala system (t.ex. centrala bokningssystem, bokningssystem online, intern programvara, POS, system för kanalhantering)
- Använda sociala medier och internet för att identifiera nya möjligheter/ledtrådar och för marknadsföring
- Förstå vad kunderna letar efter och var små och medelstora företag passar in i detta behov
- identifiera och analysera styrkor och svagheter och fokusera på att främja verksamhetens styrkor
- Människokompetens (dvs. nätverksförmåga och förmåga att bygga goda relationer)
- Kulturell medvetenhet och hur man närmar sig varje målmarknad
- Överföra kunskap på ett effektivt sätt

ATTITYDER

- Förståelse för individuella kundkrav och förmåga att anpassa och skraddarsy utifrån varje unik kund
- Villighet att svara på förfrågningar och frågor på ett personligt sätt (vilket skulle saknas i ett större företag)
- Artig, professionell och respektfull
- Interpersonella färdigheter och förståelse för olika typer av kunder
- Effektiv och bra på att lösa problem
- Förmåga att identifiera möjligheter och sätt att dra nytta av dessa, samt att fastställa var det finns luckor/områden som är bristfälliga

DTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

4. FÖRBÄTTRA KUNDUPPLEVELSEN

När det gäller att förbättra kundupplevelsen kan dTour-rådgivaren visa upp följande:

- Kunskap om och förståelse för relevanta och varierande strategier och verktyg för att tillhandahålla skräddarsytt stöd till små och medelstora företag inom turistsektorn för att förbättra kundernas upplevelse.
- Förmågan att föreslå företag inom turistsektorn lämpliga digitala verktyg som bäst kan förbättra kundernas upplevelse i deras sammanhang.
- Professionella egenskaper som gör det möjligt för dTour-rådgivaren att etablera och upprätthålla en god kontakt med små och medelstora företag inom turistsektorn under hela processen med att välja lämpliga digitala verktyg.

KOMPETENS

KUNSKAP

- Aktuell och relevant turistpolitik, nya trender inom digital turism och nya målgrupper
- Den lokala turismmarknadens nuvarande situation när det gäller bristerna i kundupplevelsen.
- Hur man tillämpar personlig erfarenhet inom turism (kunskap om programvara för hantering av kundrelationer)
- Samla in, analysera, bedöma och utnyttja kundernas feedback.
- Innovativa digitala system tillämpliga på små och medelstora företag - som möjliggör och förbättrar kundupplevelsen, t.ex. chatbots eller utveckling av personliga digitala affärsapplikationer som också kan användas för att behålla kunder
- Övervakning av sociala medier för att tillhandahålla skräddarsydda tjänster enligt kundernas ankomst och preferenser

KOMPETENS

- Upptäcka luckor på turismmarknaden och brister i lokala små och medelstora turistföretag
- Identifiera de senaste relevanta trenderna, funktionen och tillämpningen av digitala system för turism som är inriktade på personliga kundupplevelser
- Anpassa lämpliga personliga digitala system till respektive små och medelstora turistföretag
- Användning av sociala medier och kännedom om deras inverkan samt arbete med avancerade aktiviteter kopplade till sociala medier, t.ex. övervakningsprocessen
- Överföra relevanta specialiserade och övergripande kunskaper om turism
- Att anpassa den nya tekniken till typen av små och medelstora turistföretag och till målgruppen för turism i området

ATTITYDER

- Förståelse för mångfalden i turismens målgrupper
- Empati för små och medelstora turistföretags utbildningsbehov när det gäller ny digital teknik
- Ivriga att tillhandahålla kunskap om ny digital teknik.
- Ledning, problemlösning och att fylla luckorna med nya lämpliga lösningar

DTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

5. FÖRBÄTTRAD KVALITET GENOM RESURS- OCH PERSONALFÖRVALTNING

När det gäller kvalitetsförbättring genom resurs- och personalförvaltning kan dTour Advisers visa följande:

- Kunskap om och förståelse för relevanta kvalitetsåtgärder för att maximera potentialen hos befintliga resurser och personal;
- Förmåga att identifiera och tillämpa digitala verktyg som kan bidra till att utnyttja och förbättra resurserna och personalförvaltningen;
- Yrkeskvaliteter som gör det möjligt för dTour-rådgivarna att ge stöd och motivation för fortsatt kontinuerlig utveckling av personalen och befintlig praxis med hjälp av digitala verktyg och metoder.

KOMPETENS

KUNSKAP

- Metoder för kvalitetsmätning/digitala verktyg
- De mest relevanta metoderna för kvalitetsmätning som används i små och medelstora företag
- Behov av kontinuerlig/ny/smart fortbildning för att förbättra tjänsternas kvalitet
- Aktuella (eller trendiga) kundtrender/mönster för att förbättra kvaliteten på tjänsterna
- Olika digitala resurser/verktyg och deras eventuella inverkan på kvaliteten på de tjänster som tillhandahålls av ett visst litet eller medelstort företag

KOMPETENS

- Tillämpa/använda de mest relevanta metoderna för kvalitetsmätning/digitala verktyg för små och medelstora företags individuella behov
- Analysera resultaten av verktyg för mätning av digital kvalitet
- Diversifiera analyserna för att tillgodose särskilda små och medelstora företag
- Presentera utvärderingsinsikter från verktyg för kvalitetsmätning i ett lättförståeligt format
- Jämför aktuella kundtrender och kundmönster med tillgängliga resurser och personalpotential
- Användning av resurser i enlighet med de små och medelstora företagens behov

ATTITYDER

- Känslighet inför situationen där personal utvärderas/mäts.
- Uppmuntra utvecklingen av personalens färdigheter och förmågor.
- Intresse av att få personalen att känna sig delaktig i kvalitetsförbättringsprocessen.
- Uppmärksamhet på olika idéer och uppfattningar om kvalitet/kvalitetssäkring.
- Stöd till små och medelstora företags visioner och förhoppningar om framtiden

DTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

6. BEDÖMNING AV ALTERNATIV

När det gäller bedömning av alternativ kan dTour Advisers visa:

- Huruvida varje alternativ kan förbättra investeringarna, modernisera tjänsterna, öka den organisatoriska kapaciteten, uppnå effektivitetsvinster och skapa förnyelsefördelar;
- Förmågan att ge möjlighet att fullt ut bedöma alternativens ekonomiska, sociala och miljömässiga konsekvenser;
- Identifiera ett föredraget alternativ som förväntas visa att projektet kommer att ge de fördelar som krävs och ge god valuta för pengarna.

KOMPETENS

KUNSKAP

- EU:s viktigaste politiska prioriteringar och nationella finansieringsprogram inom turistsektorn samt definitioner och kriterier för EU-finansiering
- Bedömning av konsekvenserna, som bör omfatta en beskrivande analys och, när kostnader och fördelar kan kvantifieras, numeriska och finansiella uppgifter, inklusive de källor och antaganden som använts för att uppskatta konsekvenserna
- Mer än en sysselsättningsmodell, som kan vara lämplig för vissa alternativ och varje modell bör utvärderas fullständigt. Bedömningen bör omfatta en bedömning av de risker som arbetstagarna utsätts för
- Metoder och tekniker för kostnads-/nyttoanalys, riskbedömning, marknadsanalys, scenarioanalys och känslighetsanalys

KOMPETENS

- Identifiera och bedöma alla potentiella risker
- Utvärdera och anta bästa praxis för att uppfylla policy- och projektkrav och standarder för extern finansiering om detta krävs
- Identifiera och anpassa politik och projekt till lokala behov och önskemål
- Maximera möjligheterna att förbättra tjänsterna och se till att teknik, resurser och tillgångar används på bästa sätt för att tillgodose sociala behov
- Uppnå mål för jämlikhet och jämställdhet och identifiera eventuella negativa effekter och utforma åtgärder för att eliminera eller mildra negativa effekter.
- Uppfyller kraven på förvaltarskap för att identifiera alla kostnader och fördelar och för att få ett hållbart värde för pengarna.
- Säkerställa att framtida granskning och översyn inte avslöjar brister eller svagheter i politik och processer
- Utvärdering av användarnas behov och prognoser om demografiska förändringar och förändringar i livsstilen.
- Anordna workshops och skapa kontakter med kunderna och deras anställda

ATTITYDER

- Empati och förståelse för kunderna och deras företags situation
- En icke-dömande och uppmuntrande hållning.
- Öppenhet och förståelse för synpunkter och kommentarer från tjänsteanvändare, potentiella framtida användare och andra intressenter
- Att öppna upp tänkandet för externa utmaningar
- Djup förståelse för jämställdhetsfrågor och hur negativa effekter kan elimineras eller mildras

DTOUR-RÅDGIVARE KOMPETENSERNA

7. INTERNATIONALISERING

När det gäller internationalisering kan dTour Advisers visa upp följande:

- Kunskap om och förståelse för relevanta och varierande strategier, kampanjer och verktyg för skräddarsydda lösningar för små och medelstora företags internationella expansion och attraktionskraft, i deras sammanhang;
-
- Förmåga att identifiera den internationella potentialen hos små och medelstora företag inom turistsektorn och optimera dessa möjligheter med hjälp av lämpliga digitala verktyg/tekniker;
- Yrkesmässiga egenskaper som gör det möjligt för dTour-rådgivaren att motivera och stimulera expansionen av små och medelstora företag inom turism och besöksnäring på internationell nivå.

KOMPETENS

KUNSKAP

- Hur den internationella turism- och besöksnäringsmarknaden fungerar.
- Nya digitala utvecklingar inom turismen
- Strategier för internationalisering av små och medelstora företag
- Metoder för globalisering av affärsverksamhet/samarbete.
- Strategier för utbildning av hög kvalitet på internationella marknader
- Metoder för digital marknadsföring

KOMPETENS

- Förstå internationella kunders beteende
- Upptäck digitala innovativa verktyg inom turistsektorn
- Analysera och utnyttja ett specifikt små och medelstora företags nuvarande internationella nätverk.
- Identifiera möjligheter och genomföra aktiviteter för att utöka det internationella nätverket för ett specifikt litet eller medelstort företag
- Skräddarsy och tillämpa strategier för internationalisering av ett specifikt litet eller medelstort företag
- Utnyttja tekniska framsteg för att träda in på den internationella marknaden

ATTITYDER

- Stöd och motivation för internationalisering
- Bedömning av personalens ansträngningar för att anpassa sig till nya metoder
- Öppen inställning till potentiella kontakter
- Stöd till den mångfald som uppstår genom internationalisering av ett litet eller medelstort företag
- Lyhörd för frågor och svårigheter som kan uppstå i samband med nya/innovativa digitala metoder
- Anpassningsförmåga till nya situationer och utmaningar som kan uppstå i internationaliseringsprocessen

INTRODUKTION TILL DIGITALISERING BETRÄFFANDE SMÅ OCH MEDELSTORA FÖRETAG INOM TURISM- OCH BESÖKSNÄRING

