

[H4.6] TECNICO DELLE VENDITE

Settore economico professionale: Servizi di distribuzione commerciale

Descrizione sintetica:

Il Tecnico delle vendite è in grado di realizzare piani di azione-vendita orientati ad obiettivi di risultato e standard di performance, nonché di gestire e concludere trattative commerciali conformi, sia alle condizioni strategiche che alla massima soddisfazione e conseguente fidelizzazione del cliente, provvedendo anche alle operazioni di riscossione e controllo dei relativi pagamenti.

SISTEMI DI REFERENZIAZIONE	
Sistema di riferimento	Denominazione
EQF	[5]
Codice ISTAT CP 2011	[3.3.3.4.0] Tecnici della vendita e della distribuzione
Area/e di Attività (AdA) del Repertorio nazionale delle qualificazioni regionali a cui il profilo afferisce:	[18.203.659] Realizzazione delle attività di intermediazione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari

UNITÀ DI COMPETENZE – Analisi delle potenzialità del mercato di riferimento
CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI) <ul style="list-style-type: none">• Cogliere dinamiche evolutive del mercato di riferimento: tendenze di prodotto, logiche di cambiamento, ecc.• Interpretare i dati di scenario acquisiti: sistema di offerta dei competitor, propensione all'acquisto consumatori finali, ecc.• Rilevare input funzionali alla identificazione di nuovi potenziali clienti: esigenze-bisogni emergenti, ecc.• Valutare l'affidabilità/potenzialità dei clienti già acquisiti attraverso l'interpretazione dei dati di vendita sintetici ed analitici• Individuare i punti forza e debolezza della propria offerta rispetto al mercato di riferimento
CONOSCENZE <ul style="list-style-type: none">• Tipologie, segmentazioni e dinamiche di mercato e dei canali di distribuzione del prodotto• Metodi e strumenti di pianificazione ed organizzazione del lavoro• Modulistica aziendale e software applicativi in uso per la predisposizione dei documenti amministrativi e di reporting• Inglese tecnico di settore

<ul style="list-style-type: none"> • Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro • Tecniche di interpretazione ed analisi dei fattori di rischio e crescita, tendenze del momento, logiche di cambiamento nel mercato di riferimento
OGGETTO DI OSSERVAZIONE Le attività di analisi delle potenzialità del mercato di riferimento
INDICATORI VALUTAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • Indagine di massima sul mercato di riferimento: sistema di offerta-domanda • Raccolta e trasmissione di informazioni analitiche • Redazione di report previsione vendite, in base allo storico del cliente • Ricerca nuovi clienti
RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE Analisi del contesto di riferimento (mercato/area) e valutazione di limiti e potenzialità, attraverso l'interpretazione dei dati di vendita sintetici ed analitici
MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo

UNITÀ DI COMPETENZE – Programmazione delle azioni di vendita
CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI) <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le diverse tipologie commerciali dei clienti facenti parte del portafoglio assegnato: consumatore finale, dettagliante, grossista, ecc. • Definire la struttura dei piani di lavoro in funzione di: tipologia di clientela, obiettivi di fatturato, necessità di assortimento, esigenze promozionali, ecc. • Organizzare le consegne, individuando le priorità d'intervento in vista delle opportunità di profitto maggiori e delle percorrenze in termini di prossimità geografica • Rilevare i feedback in termini di prodotto/servizio provenienti dalla clientela, traducendoli in soluzioni tecniche e funzionali
CONOSCENZE <ul style="list-style-type: none"> • Metodi e strumenti di pianificazione ed organizzazione del lavoro • Elementi base di marketing operativo: attività promozionali e pubblicitarie, ecc. • Tecniche di vendita, di comunicazione e gestione dei colloqui, di argomentazione persuasiva • Tecniche di esposizione del prodotto (display) e di organizzazione della superficie di vendita (layout) • Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza e assicurazione • Modelli di customer care and satisfaction e tecniche di fidelizzazione cliente • Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro
OGGETTO DI OSSERVAZIONE Le attività di programmazione delle azioni di vendita
INDICATORI VALUTAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • Articolazione dei contatti propri del portafoglio clienti • Programmazione delle visite da effettuare ai clienti

<ul style="list-style-type: none"> • Programmazione interventi di assistenza cliente: livello di assortimenti, controllo e sostituzione prodotti in scadenza, aggiornamento prezzi, ecc.
RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE Programmazione dei piani di azione/vendita orientati al risultato ed allo sviluppo del portafoglio clienti, in base alla tipologia di clientela
MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo

UNITÀ DI COMPETENZE – Gestione della trattativa commerciale
CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI) <ul style="list-style-type: none"> • Individuare proposte di vendita alternative, utilizzando tecniche di negoziazione per adeguare i <i>desiderata</i> della clientela ai vincoli di prezzo e tecnico-strategici prefissati • Interpretare esigenze/preferenze del cliente interlocutore, identificando tattiche di persuasione idonee al conseguimento degli obiettivi di vendita • Scegliere azioni promozionali, politiche di sconti, omaggi, per addivenire al reciproco risultato di vendita ottimale • Scegliere ed adottare modalità di presentazione dell'offerta di prodotto/servizio utili alla valorizzazione massima dello stesso • Trasmettere gli ordini alle società di distribuzione, monitorando i tempi e le modalità di consegna individuate • Provvedere alle operazioni di riscossione e controllo dei relativi pagamenti
CONOSCENZE <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di diritto commerciale e legislazione tributaria • Inglese tecnico di settore • Caratteristiche tecnico-funzionali e tipologie di prodotti/servizi oggetto della trattativa commerciale • Elementi di contabilità ed amministrazione aziendale • Principali strumenti e funzionalità dei sistemi aziendali utilizzati per la verifica e il controllo dei pagamenti • Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro
OGGETTO DI OSSERVAZIONE Le operazioni di gestione della trattativa commerciale
INDICATORI VALUTAZIONE <ul style="list-style-type: none"> • Articolazione delle modalità dimostrativo-espositive del prodotto • Elaborazione dell'offerta commerciale ed acquisizione dell'ordine • Fidelizzazione cliente • Presentazione del prodotto/servizio • Articolazione delle modalità di riscossione e controllo dei pagamenti
RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE Gestione e conclusione della trattativa commerciale secondo gli obiettivi di vendita e di fidelizzazione del cliente

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo

UNITÀ DI COMPETENZE – Previsioni di vendita**CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)**

- Comprendere l'andamento delle vendite del mercato di riferimento, interpretando: diagrammi dei flussi di vendita, proiezioni statistiche, ecc.
- Individuare gli elementi significativi delle attività di vendita da trasmettere, in funzione delle esigenze conoscitivo/comparative emerse
- Interpretare gli indicatori inerenti dati e proiezioni di vendita
- Tradurre rilevazioni ed elaborazioni dei dati di vendita, in piani di revisione della programmazione e di previsione degli andamenti commerciali

CONOSCENZE

- Modulistica aziendale e software applicativi in uso per la predisposizione dei documenti amministrativi e di reporting
- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro
- Tecniche di interpretazione ed analisi dell'andamento del mercato di riferimento; fattori di rischio e crescita, tendenze del momento, logiche di cambiamento, ecc..
- Tecniche e modalità di redazione del business plan

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le attività di analisi dei dati di vendita e di elaborazione di previsioni di vendita

INDICATORI VALUTAZIONE

- Lettura/compilazione modulistica su dati vendita: inventari sui volumi di vendita, modelli e tabelle sui fatturati, ecc.
- Predisposizione report periodici sull'andamento delle attività di vendita: incrementi, scostamenti, ecc.

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Interpretazione delle informazioni sui dati di vendita, in funzione delle diverse esigenze di monitoraggio/previsione emerse ed eventuale elaborazione di piani di revisione della programmazione

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

Audit, colloquio tecnico e/o prova prestazionale, sulla base del disegno valutativo