

[H4.5] TECNICO DELLA GESTIONE DEL PUNTO VENDITA

Settore economico professionale: Servizi di distribuzione commerciale

Descrizione sintetica:

Il Tecnico della gestione del punto vendita è in grado di dirigere, coordinare e gestire un reparto/settore/punto vendita, coerentemente con le politiche commerciali definite, secondo obiettivi di vendita da raggiungere e servizi da erogare e garantire al consumatore.

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:	[18.208.671] Gestione e organizzazione della grande distribuzione organizzata [18.209.674] Gestione del punto vendita nella piccola distribuzione

UNITÀ DI COMPETENZE – Gestione commerciale del reparto/settore/punto vendita
<p>CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)</p> <ul style="list-style-type: none">Definire la programmazione delle campagne promozionali: scelta dei prodotti, del periodo e delle modalità di gestione, coerentemente con le strategie aziendaliIndividuare criteri di organizzazione del display funzionali alla migliore visualizzazione dei prodotti ed ottimizzazione del facingStabilire la composizione dell'assortimento secondo criteri di ampiezza, profondità e marche sulla base delle politiche di acquisto e degli obiettivi di vendita aziendaliDefinire il piano di approvvigionamento e le strategie di mercato delle merci secondo le necessità e le richieste del mercato, elaborando il piano delle consegneIndividuare e selezionare i fornitori provvedendo all'eventuale contrattualizzazione degli stessi secondo le modalità previsteGestire le operazioni di cassa e le relative registrazioni secondo le procedure definiteValutare la funzionalità dell'organizzazione dello spazio distribuito per aree merceologiche, ai fini di perseguire obiettivi di servizio e valorizzazione dell'immagine del reparto/settore/punto vendita
<p>CONOSCENZE</p> <ul style="list-style-type: none">Forme distributive e tipologia organizzativa dell'impresa commerciale

- Il ciclo delle merci
- Organizzazione e gestione commerciale del reparto/settore/punto vendita
- Principi di pianificazione e gestione delle promozioni
- Tipologia e funzionamento delle macchine ed attrezzature in uso nel reparto/settore/punto vendita
- Elementi identificativi e di sicurezza dei prodotti (barcode, placche antitaccheggio, part number, serial number, ecc..) dei prodotti
- Caratteristiche merceologiche ed utilizzo dei prodotti alimentari e non
- Caratteristiche e funzionalità dei principali dispositivi di pagamento
- Normative in tema di contrattualistica del commercio
- Principali tecniche e modalità espositive delle merci
- Tecniche di gestione degli assortimenti
- Terminologia di settore in lingua straniera
- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le attività di gestione commerciale del reparto/settore/punto vendita

INDICATORI VALUTAZIONE

- Costruzione del layout merceologico
- Elaborazione del piano di approvvigionamento e di consegna
- Realizzazione degli spazi espositivi
- Individuazione fornitori
- Realizzazione del piano promozionale

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Organizzazione degli aspetti commerciali del reparto/settore/punto vendita secondo criteri di funzionalità, servizio, economicità, e definizione del piano di rifornimento merci e della disposizione funzionale dei prodotti, anche in riferimento alle vendite promozionali in corso

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

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

UNITÀ DI COMPETENZE – Gestione del conto economico del reparto/settore/punto vendita

CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)

- Applicare tecniche e procedure per il calcolo del prezzo di vendita, degli interessi e dei benefici finanziari, le ripartizioni percentuali del fatturato, calcolo e scorporo dell'iva, ecc.
- Leggere ed interpretare dati economici di vendita e di gestione del reparto/settore/punto vendita anche in relazione all'analisi della concorrenza
- Quantificare i margini commerciali e di ricarico per reparti, famiglie merceologiche, referenze, ecc.
- Valutare l'opportunità di applicare riduzioni o aumenti dei prezzi standard, limitatamente al range consentito, sulla base degli andamenti delle vendite, giacenze, ecc.

CONOSCENZE

- Metodiche di analisi costi-benefici

- Principi di gestione amministrativa e contabile del punto vendita
- Normative in tema di contrattualistica del commercio
- Informatica di base ed applicata ai concetti di statistica
- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le attività di gestione del conto economico del reparto/settore/punto vendita

INDICATORI VALUTAZIONE

- Analisi della concorrenza
- Costruzione delle scale prezzi sulla base delle indicazioni aziendali
- Elaborazione dei dati di vendita: margine utile, produttività, perdite inventariali, ecc.

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Gestione ed amministrazione del conto economico e valutazioni connesse al pricing, secondo gli obiettivi di budget definiti

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

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

UNITÀ DI COMPETENZE – Rilevazione della customer satisfaction e miglioramento dei servizi

CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)

- Individuare azioni di fidelizzazione della clientela, mettendo a punto offerte integrate di nuovi servizi e prodotti, dentro e fuori il reparto/settore/punto vendita
- Interpretare le informazioni relative ai consumatori, al fine di individuare schemi di comportamento d'acquisto individuali, per segmenti di popolazione
- Tradurre dati/informazioni di customer satisfaction in azioni di miglioramento dei servizi erogati
- Utilizzare strumenti e tecnologie dell'informazione avanzate per la realizzazione di indagini mirate sui comportamenti di consumo e bisogni delle persone
- Rilevare il livello di soddisfazione del cliente utilizzando le procedure previste

CONOSCENZE

- La qualità del servizio nelle imprese commerciali: comportamenti professionali, indicatori, ecc.
- Tecniche di comunicazione interpersonale applicate alla rilevazione della customer satisfaction
- Tecniche di rilevazione della soddisfazione del cliente
- Normativa a tutela dei consumatori
- Caratteristiche merceologiche ed utilizzo dei prodotti alimentari e non, presenti nel reparto/punto vendita
- Elementi di base di applicazioni software del sistema windows e servizi e funzioni internet per la realizzazione di indagini sul consumo e bisogni della clientela del reparto/punto vendita
- Informatica di base ed applicata ai concetti di statistica
- Principali strategie e strumenti di fidelizzazione del cliente
- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le attività di rilevazione della customer satisfaction e miglioramento dei servizi

INDICATORI VALUTAZIONE

- Rilevazione del grado di soddisfazione del cliente
- Elaborazione di dati ed informazioni circa i comportamenti del consumatore
- Realizzazione di eventi promozionali/commerciali per la fidelizzazione della clientela

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Realizzazione degli interventi volti alla fidelizzazione e soddisfazione del cliente, proposti attraverso l'interpretazione delle informazioni provenienti dai consumatori, al fine di migliorare i servizi offerti

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

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

UNITÀ DI COMPETENZE – Gestione delle risorse umane del reparto/settore/punto vendita**CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)**

- Determinare il fabbisogno di personale e definire i relativi turni di lavoro per un efficace presidio dei flussi di vendita e relativa erogazione dei servizi, anche in caso di criticità e "picchi" di lavoro
- Individuare le leve motivazionali di natura relazionale, cognitiva e comportamentale più efficaci a valorizzare il personale
- Trasferire contenuti professionali al personale attraverso azioni di affiancamento, formazione, etc.
- Valutare caratteristiche, qualità e competenze del personale di reparto/settore/punto vendita

CONOSCENZE

- Tipologia organizzativa dell'impresa commerciale: punti vendita, aree e reparti
- Principali modelli di organizzazione del lavoro
- Tecniche di planning delle attività e dei turni di lavoro
- Tecniche di empowerment
- Tecniche di incentivazione del personale
- Tecniche della comunicazione interpersonale e della gestione dei gruppi di lavoro
- Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro
- Elementi di contrattualistica del lavoro, previdenza e assicurazione

OGGETTO DI OSSERVAZIONE

Le operazioni di gestione delle risorse umane del reparto/settore/punto vendita

INDICATORI VALUTAZIONE

- Coordinamento del personale di reparto/punto vendita e gestione della turnazione
- Predisposizione del programma di formazione base, specialistica e di aggiornamento dei propri collaboratori
- Valutazione dei propri collaboratori

RISULTATO ATTESO VALUTAZIONE

Organizzazione dei turni di lavoro del personale, coerentemente con i fabbisogni di presidio del reparto/punto vendita ed organizzazione di eventuali attività di affiancamento e formazione del personale, in base alle necessità emerse ed intervenendo in caso di imprevisti e criticità

MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'UNITÀ DI COMPETENZE

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