

REPERTORIO DELLE QUALIFICAZIONI PROFESSIONALI DELLA REGIONE CAMPANIA

SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE¹	
<u>Area Comune</u>	
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Marketing strategico e operativo Pianificazione e gestione commerciale
Area di Attività	ADA.25.223.720: Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.25.224.725: Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta
Qualificazione regionale	Esperto commerciale marketing
Referenziamenti	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2006): 3.3.3.5.0 Tecnici del marketing 3.3.3.4.0 Tecnici della vendita e della distribuzione Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011): 3.3.3.5.0 Tecnici del marketing 3.3.3.4.0 Tecnici della vendita e della distribuzione Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT): 70.22.09 Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale 73.20.00 Ricerche di mercato e sondaggi di opinione 82.91.20 Agenzie di informazioni commerciali 82.20.00 Attività dei call center
Livello EQF	6
Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività	L'esperto commerciale - marketing è in grado di tradurre in azioni di marketing e vendita gli obiettivi strategico - commerciali prefissati, analizzando lo scenario complessivo del mercato di riferimento in funzione dell'offerta e del posizionamento dei prodotti/servizi, nonché provvedendo alla organizzazione della rete vendite ed alle modalità contrattualistiche per la gestione clienti.

¹ Rif. Accordo Stato-Regioni del 27 luglio 2011

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 1 - Titolo Analisi mercato di riferimento	
Risultato atteso Informazioni strutturate su fattori di mercato e comportamenti di consumo propri dello scenario di riferimento	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • interpretare spinte motivazionali e logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato • decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: tendenze di prodotto, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, ecc. • identificare nuove aree geografiche in cui effettuare azioni per l'acquisizione di nuove fette di mercato • identificare il sistema di offerta dei competitor - sia in termini qualitativi che quantitativi - assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking 	<ul style="list-style-type: none"> • principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ecc. • principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza • metodologie e strumenti di benchmarking • la sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche)

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Analisi mercato di riferimento. Informazioni strutturate su fattori di mercato e comportamenti di consumo propri dello scenario di riferimento.	Le operazioni di analisi del mercato di riferimento.	Determinazione del profilo tipo e della consistenza della clientela potenziale attraverso lo studio di ricerche di mercato, sondaggi, ecc.; ricognizione conoscitivo comparativa sul sistema di domanda/offerta complessivo: attori ed ambito concorrenziale; indagine su vincoli ed opportunità della normativa vigente in ambito commerciale.

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 2 - Titolo Configurazione offerta di prodotto/servizio	
Risultato atteso Offerta di prodotto/servizio definita nelle sue connotazioni essenziali	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • identificare le caratteristiche proprie del target clienti individuato in funzione del bisogno/obiettivo emerso, esplicitando modalità e finalità di soddisfazione dello stesso • valutare le performance dei prodotti/servizi offerti, in relazione alla qualità attesa ed il livello di preferenza accordato • tradurre le caratteristiche di maggiore fruibilità del prodotto/servizio in termini di fattori chiave di vendita (key selling factors) • definire le caratteristiche connotative del prodotto/servizio in coerenza con gli obiettivi di profitto prefissati 	<ul style="list-style-type: none"> • la qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori, ecc. • terminologia tecnica in due lingue straniere • la sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche) • principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Configurazione offerta di prodotto/servizio. Offerta di prodotto/servizio definita nelle sue connotazioni essenziali.	Le operazioni di configurazione dell'offerta di prodotto/servizio.	Descrizione del target clienti e del relativo bisogno/obiettivo; elaborazione caratteristiche del prodotto/servizio offerto: strutturazione mix di prodotti, ecc.

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 3 - Titolo Posizionamento prodotto/ servizio	
Risultato atteso Prodotto/servizio posizionato in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • Comprendere l'andamento costi/vendite del mercato di riferimento interpretando: diagrammi dei flussi di vendita, proiezioni statistiche, tabelle dei costi, ecc. • Concepire piani di consolidamento delle quote di mercato già acquisite, nonché di penetrazione in nuovi mercati • Identificare il settore di mercato obiettivo in cui posizionare il prodotto/servizio: nicchia, segmento o mercato allargato • Applicare una politica prezzi sostenibile in rapporto alle condizioni di mercato e di profitto stabilite 	<ul style="list-style-type: none"> • tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti (marketing/selling) • la sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche) • principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza • software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing • contrattualistica e tutela dei crediti

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Posizionamento prodotto/ servizio. Prodotto/servizio posizionato in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate.	Le operazioni di posizionamento del prodotto/servizio.	Stima su andamento vendite e dei costi commerciali; calcolo del break even point in collaborazione con altre funzioni aziendali; stima dei costi e calcolo del break even point; elaborazione di una mappa di valutazione (value map) relativa a: mercato target e performance di prodotto/servizio; elaborazione di dati ed informazioni a supporto della politica prezzi da assumere.

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 4 - Titolo Traduzione operativa strategica commerciale	
Risultato atteso Obiettivi operativi rispondenti alle finalità strategico commerciali prefissate	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • valutare la tipologia di canale distributivo, di organizzazione e diversificazione geografica della rete vendita, tenendo conto delle modalità e dei termini di approvvigionamento • interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti • individuare modalità di organizzazione, gestione e sviluppo del personale di vendita • concepire modelli e strutture espositive per il display standard e promozionale dei prodotti/servizi offerti, utilizzando tecniche di trade marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • tecniche di organizzazione e gestione rete vendita. • i sistemi di distribuzione: GDO, vendita in franchising, ecc. • la sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche). • software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing. • modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale, ecc. • principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Traduzione operativa strategica commerciale. Obiettivi operativi rispondenti alle finalità strategico commerciali prefissate.	Le operazioni di traduzione operativa della strategia commerciale.	Elaborazione del piano operativo di vendita: obiettivi di ordini e fatturato; elaborazione di dati ed informazioni a supporto della politica di vendita e distribuzione; programmazione ed organizzazione rete vendite; budgeting delle attività di marketing/vendita previste.