

TECNICO DELLE VENDITE

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.

AREA PROFESSIONALE

Marketing e vendite

PROFILI COLLEGATI – COLLEGABILI ALLA FIGURA

Sistema di riferimento	Denominazione
Sistema classificatorio ISCO	3415 Rappresentanti di commercio e venditori tecnici 3419.2 Tecnici e responsabili commerciali e delle vendite
Sistema classificatorio ISTAT	3.3.4.6 Rappresentanti di commercio
Sistema informativo EXCELSIOR	1.05.07 Specialisti e tecnici delle vendite
Sistema di codifica professioni Ministero del Lavoro	333400 Tecnici di vendita e distribuzione 334200 Agenti di commercio 334600 Rappresentanti di commercio
Repertorio delle professioni ISFOL	<i>Commerciale e Marketing</i> <ul style="list-style-type: none">• Agente di commercio• Key account
Indagine nazionale sui fabbisogni formativi OBNF	<ul style="list-style-type: none">• Tecnici di prodotto/servizio-assistenza clienti

UNITÀ DI COMPETENZA	CAPACITÀ (ESSERE IN GRADO DI)	CONOSCENZE (CONOSCERE)
1. Rappresentazione potenziale di zona	<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 	
2. Pianificazione azioni di vendita	<ul style="list-style-type: none"> * riconosce le diverse tipologie commerciali dei clienti facenti parte del portafoglio assegnato: consumatore finale, dettagliante, grossista, ecc. * individuare 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 * definire la struttura dei piani di lavoro in funzione di: tipologia di clientela, obiettivi di fatturato, necessità di assortimento, esigenze promozionali, ecc. 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Strutture organizzative, ruoli e processi dell'area commerciale delle aziende ☞ Tecniche di vendita, di comunicazione e gestione dei colloqui, di argomentazione persuasiva ☞ Tipologie, segmentazioni e dinamiche di mercato e dei canali di distribuzione del prodotto ☞ Tecniche di esposizione del prodotto (display) e di organizzazione della superficie di vendita (layout) ☞ Elementi di diritto commerciale e legislazione tributaria ☞ Tutela previdenziale ed assistenziale degli agenti e rappresentanti di commercio ☞ Disciplina legislativa e contrattuale dell'agente e rappresentante di commercio
3. Gestione trattativa commerciale	<ul style="list-style-type: none"> * interpretare esigenze/preferenze del cliente interlocutore, identificando tattiche di persuasione idonee al conseguimento degli obiettivi di vendita * scegliere ed adottare modalità di presentazione dell'offerta di prodotto/servizio utili alla valorizzazione massima dello stesso * individuare proposte di vendita alternative, utilizzando tecniche di negoziazione atte ad adeguare i desiderata della clientela ai vincoli di prezzo e tecnico-strategici prefissati * scegliere azioni promozionali, politiche di sconti, omaggi, per addivenire al reciproco risultato di vendita ottimale 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Elementi base di marketing operativo: attività promozionali e pubblicitarie, ecc ☞ Modulistica aziendale e software applicativi in uso per la predisposizione dei documenti amministrativi e di reporting ☞ Caratteristiche, funzioni e standard qualitativi dei prodotti commercializzati ☞ Modelli di customer care and satisfaction e tecniche di fidelizzazione cliente
4. Trattamento dati e proiezioni di vendita	<ul style="list-style-type: none"> * interpretare gli indicatori inerenti dati e proiezioni di vendita * individuare gli elementi significativi delle attività di vendita da trasmettere in funzione delle esigenze conoscitivo/comparative emerse * comprendere l'andamento delle vendite del mercato di riferimento interpretando: diagrammi dei flussi di vendita, proiezioni statistiche, ecc. * tradurre rilevazioni ed elaborazioni dei dati di vendita in piani di revisione della programmazione e di previsione degli andamenti commerciali 	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Metodi e strumenti di pianificazione ed organizzazione del lavoro ☞ Disposizione a tutela della sicurezza nell'ambiente di lavoro nelle strutture di vendita ☞ Lingua inglese scritta e parlata: sintassi, grammatica, terminologia tecnica, etc.

INDICAZIONI PER LA VALUTAZIONE DELLE UNITÀ DI COMPETENZA

UNITÀ DI COMPETENZA	OGGETTO DI OSSERVAZIONE	INDICATORI	RISULTATO ATTESO	MODALITÀ
1. Rappresentazione potenziale di zona	Le operazioni di rappresentazione del potenziale di zona	<ul style="list-style-type: none"> ☞ indagine di massima sul mercato di riferimento: sistema di offerta-domanda ☞ ricerca nuovi clienti ☞ raccolta e trasmissione di informazioni analitiche ☞ redazione di report previsione vendite in base allo storico del cliente 	Contesto di riferimento (mercato/area) identificato in termini di limiti e potenzialità	Prova pratica in situazione
2. Pianificazione azioni di vendita	Le operazioni di pianificazione delle azioni di vendita	<ul style="list-style-type: none"> ☞ articolazione dei contatti propri del portafoglio clienti ☞ programmazione delle visite da effettuare ☞ programmazione interventi di assistenza cliente: livello di assortimenti, controllo e sostituzione prodotti in scadenza, aggiornamento prezzi, ecc. 	Piani di azione/vendita orientati al risultato ed allo sviluppo del portafoglio clienti	
3. Gestione trattativa commerciale	Le operazioni di trattativa commerciale	<ul style="list-style-type: none"> ☞ presentazione del prodotto/servizio ☞ elaborazione dell'offerta commerciale ed acquisizione dell'ordine ☞ articolazione delle modalità dimostrativo-espositive del prodotto ☞ fidelizzazione cliente 	Trattativa commerciale eseguita e conclusa in vista degli obiettivi prefissati ed orientata alla fidelizzazione del cliente	
4. Trattamento dati e proiezioni di vendita	Le operazioni di trattamento di dati e proiezioni di vendita	<ul style="list-style-type: none"> ☞ 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. 	Informazioni su dati vendita esplicitate in funzione delle diverse esigenze di monitoraggio/previsione emerse	

TECNICO DELLE VENDITE

STANDARD relativi ai corsi finalizzati al conseguimento della Qualifica di "TECNICO DELLE VENDITE"

Date le caratteristiche delle sue competenze, questa qualifica può essere ritenuta di "approfondimento tecnico-specializzazione". Per assicurare il raggiungimento degli obiettivi formativi costituiti dai relativi standard professionali, è necessario che i partecipanti al corso siano in possesso di conoscenze-capacità pregresse, di norma attinenti l'area professionale, da definire in fase di progettazione e da accertare prima dell'avvio del corso. Tali conoscenze-capacità possono essere state acquisite attraverso un percorso di formazione professionale, di istruzione o attraverso l'esperienza professionale in imprese del settore.

In ogni caso, ai partecipanti in possesso di conoscenze-capacità che corrispondono a contenuti del corso, vengono riconosciuti i relativi crediti formativi.

La qualifica può essere conseguita attraverso:

- **Corsi di 500 ore**

Si tratta di corsi finalizzati alla professionalizzazione di giovani, non occupati, che hanno concluso un percorso di istruzione-formazione con il conseguimento del relativo titolo finale.

I corsi devono prevedere una quota di ore di stage che può oscillare dal 35 al 45% del monte ore complessivo.

- **Corsi di 300 ore**

Si tratta di corsi finalizzati alla professionalizzazione di giovani -adulti occupati.

I corsi devono prevedere una quota di ore di formazione realizzate in stage, in laboratorio o comunque in situazioni che riproducono processi e attività che si verificano nei contesti lavorativi. Tale quota può oscillare dal 20 al 40% del monte ore complessivo.

La durata definita è da intendersi massima: può diminuire in funzione delle caratteristiche dei partecipanti. Non può comunque essere inferiore alle 200 ore.

- **Corsi di 300 ore**

Si tratta di corsi finalizzati alla professionalizzazione di giovani -adulti disoccupati.

I corsi devono prevedere una quota di ore di formazione realizzate in stage, in laboratorio o comunque in situazioni che riproducono processi e attività che si verificano nei contesti lavorativi. Tale quota può oscillare dal 20 al 40% del monte ore complessivo.

La durata definita è da intendersi massima: può diminuire in funzione delle caratteristiche dei partecipanti. Non può comunque essere inferiore alle 200 ore.

NOTA

Per quanto riguarda le categorizzazioni degli utenti per età e per stato occupazionale si fa riferimento a quanto stabilito nei documenti di programmazione regionale e in particolare al "Complemento di Programmazione" e relative modifiche.