REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE	
Denominazione qualificazione	**Esperto commerciale-marketing**
Livello EQF	6
Settore Economico Professionale	SEP 24 - Area comune
Area di Attività	ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.06 - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online ADA.24.04.07 - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Marketing strategico e operativo Pianificazione e gestione commerciale
Descrizione sintetica della qualificazione	L'Esperto commerciale-marketing è responsabile dell'attuazione degli obiettivi della politica commerciale dell'azienda. Le sue attività sono, da una parte, rivolte a definire, qualificare, specificare le strategie commerciali dell'azienda e ad individuare le azioni più adatte a raggiungerli, dall'altra ad organizzare e gestire le risorse assegnategli per il conseguimento dei budget stabiliti, in particolare organizzando e coordinando la forza di vendita ed intervenendo nei casi più importanti direttamente nella trattativa col cliente o nella stipula di accordi commerciali.
Referenziazione ATECO 2007	M.70.22.09 - Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale M.73.20.00 - Ricerche di mercato e sondaggi di opinione N.82.20.00 - Attività dei call center N.82.91.20 - Agenzie di informazioni commerciali
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing

ELENCO DELLE UNITA' DI COMPETENZA

1. Pianificazione della politica commerciale aziendale (3080)
2. Gestione delle trattative commerciali e delle vendite (3081)
3. Coordinamento della rete di vendita diretta (3082)

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.1	
Denominazione unità di competenza	**Pianificazione della politica commerciale aziendale**
Livello EQF	6
Risultato formativo atteso	Politica commerciale aziendale pianificata.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di pianificazione della politica commerciale aziendale.
Indicatori	Analisi del mercato di riferimento; sviluppo del piano commerciale dell'azienda; definizione delle strategie di distribuzione e posizionamento sul mercato.
Abilità	1. Definire le strategie di copertura distributiva e la tipologia dei canali distributivi 2. Definire il listino prezzi in base all'analisi dei costi, della concorrenza e del posizionamento sul mercato 3. Elaborare i piani di miglioramento della rete di vendita diretta 4. Elaborare il piano della domanda di prodotti gestiti in vendita diretta a supporto della programmazione della produzione 5. Analizzare le caratteristiche dell'offerta e della domanda nello specifico campo di business 6. Applicare metodi e tecniche di ricerca ed analisi dei dati relativi al mercato obiettivo (vendite, prezzi, canali di distribuzione, qualità dei prodotti, ecc.)
Conoscenze	1. Marketing operativo 2. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 3. Strategie commerciali e di marketing (offerte speciali, promozioni, sconti, ecc.) 4. Tecniche di benchmarking 5. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti 6. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita 7. Marketing strategico 8. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività 9. Processi e servizi della distribuzione commerciale 10. Strategie e politiche di prezzo
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2	
Denominazione unità di competenza	**Gestione delle trattative commerciali e delle vendite**
Livello EQF	6
Risultato formativo atteso	Trattative commerciali e vendite adeguatamente gestite.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di gestione delle trattative commerciali e delle vendite.
Indicatori	Applicazione di metodologie, strumenti e tecniche per la gestione delle trattative commerciali e delle vendite.
Abilità	1. Sviluppare alleanze e partnership con altre imprese di fornitura o con clienti 2. Gestire le relazioni con le diverse aree organizzative dell'azienda (produzione, qualità, amministrazione, ecc.) a fronte di eventuali esigenze/criticità espresse dal cliente 3. Elaborare i documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte 4. Coordinare e/o gestire la trattativa commerciale, nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta 5. Implementare azioni mirate di comunicazione e promozione per la gestione e lo sviluppo del portafoglio clienti dell'impresa 6. Utilizzare strumenti, metodi e tecniche di monitoraggio verifica e controllo della rispondenza tra risultati commerciali conseguiti e obiettivi di business programmati 7. Applicare tecniche di budgeting commerciale 8. Applicare tecniche di stesura di accordi commerciali 9. Utilizzare software gestione commerciale
Conoscenze	1. Elementi di diritto commerciale 2. Elementi relativi alla normativa su contratti e appalti 3. Tecniche di comunicazione efficace 4. Tecniche di negoziazione commerciale 5. Tecniche e psicologie di vendita 6. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti 7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing 8. Tecniche di marketing operativo 9. Processi e servizi della distribuzione commerciale 10. Metodi di gestione del budget commerciale 11. Metodi e strumenti di formalizzazione dell'offerta commerciale
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3	
Denominazione unità di competenza	**Coordinamento della rete di vendita diretta**
Livello EQF	6
Risultato formativo atteso	Coordinamento delle risorse e delle attività della rete di vendita diretta.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di coordinamento della rete di vendita diretta.
Indicatori	Coordinamento e organizzazione della rete di vendita diretta; monitoraggio della performance della rete di vendita diretta; gestione delle relazioni con altre aree organizzative aziendali.
Abilità	1. Monitorare le performance della forza di vendita, producendo report periodici 2. Supervisionare i processi operativi e i flussi comunicativi tra la forza di vendita e gli altri dipartimenti o aree aziendali 3. Affincare i venditori nelle trattative commerciali complesse 4. Coordinare le risorse afferenti alla forza di vendita 5. Organizzare le attività della rete di vendita diretta al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali previsti 6. Utilizzare tecniche di comunicazione efficace 7. Applicare tecniche di negoziazione 8. Utilizzare software gestione commerciale
Conoscenze	1. Elementi e tecniche di organizzazione del lavoro 2. Marketing operativo 3. Principi e tecniche di comunicazione e relazione interpersonale 4. Tecniche di negoziazione commerciale 5. Elementi di gestione delle risorse umane 6. Tecniche di coordinamento e gestione di team 7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing 8. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita 9. Tecniche per la gestione dei conflitti 10. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività 11. Processi e servizi della distribuzione commerciale
Referenziazione ISTAT CP2011	3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing