



Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi (24.008)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	responsabile marketing e vendite e-business
Settori di riferimento	Area comune
Ambito di attività	Commerciale e vendita
Livello di complessità	Gruppo-livello C
Descrizione	Si occupa della definizione e dell'implementazione del piano di marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi, compresa la valutazione dei relativi indicatori economici. In contesti meno strutturati i suoi compiti possono tuttavia spaziare dalla definizione del modello di e-business alla redazione del business plan, alla progettazione e sviluppo, in collaborazione con altre figure come il webmaster (vedi Tecnico delle attività di progettazione, sviluppo e aggiornamento di siti web) e il tecnico di programmazione e sviluppo siti Internet e pagine Web (vedi Tecnico della programmazione e dello sviluppo di siti internet e pagine web), delle applicazioni per la gestione dei servizi di e-business

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Data la novità della figura professionale, non esiste una casistica ben definita sulla tipologia dei rapporti di lavoro, che possono variare dal lavoro autonomo alla collaborazione a progetto, fino al rapporto di lavoro dipendente, a tempo indeterminato e determinato, in software house o aziende di dimensione medio-grande che sviluppano e gestiscono progetti di e-business su Internet
Collocazione contrattuale	Nel caso di rapporto di lavoro dipendente, trova collocazione come impiegato di livello medio-alto o quadro: può anche essere dirigente in aziende di dimensione medio-grande nel caso in cui gestisca progetti di e-business particolarmente complessi. I Contratti di lavoro più applicati sono Metalmeccanico o Commercio, ma nel caso di aziende che gestiscono propri siti Web di commercio elettronico può essere quello relativo al settore in cui opera l'azienda
Collocazione organizzativa	Lavora con un ampio margine di autonomia e responsabilità, relazionandosi direttamente con i responsabili aziendali delle aree marketing e commerciale e con tutte le funzioni interessate dai processi gestiti attraverso le applicazioni di e-business. Opera in un team di lavoro, formato da specialisti informatici, come ad esempio, il webmaster (vedi Tecnico delle attività di progettazione, sviluppo e

	aggiornamento di siti web), il tecnico programmazione e sviluppo siti internet e pagine web (vedi Tecnico della programmazione e dello sviluppo di siti internet e pagine web) e l'amministratore di rete (vedi Responsabile della gestione di reti informatiche locali (Lan) o geografiche (Wan), e da esperti in altre materie, come ad esempio il grafico pubblicitario, il responsabile commerciale, il responsabile della logistica, ecc... In caso di rapporto di lavoro dipendente, trova collocazione all'interno delle aree Marketing, Vendite o Sistemi informativi di aziende pubbliche o private di dimensione medio-grande
Opportunità sul mercato del lavoro	Le previsioni di una crescita esplosiva della richiesta di professionalità relative al commercio elettronico e più in generale all'e-business a fronte di una scarsa disponibilità di personale qualificato (il cosiddetto "skill shortage") formulate qualche anno fa, all'epoca del boom della cosiddetta "new economy", si sono rivelate troppo ottimistiche, in particolare per figure altamente specialistiche come questa. Le prospettive occupazionali della figura sono, in particolare da imprese di piccola e piccolissima dimensione; una scommessa sul futuro: è prevedibile che si assisterà ad un aumento della richiesta, ma non è chiaro in quale misura e con quali tempi
Percorsi formativi	Data la complessità delle competenze è necessaria la laurea in Informatica o in Ingegneria Informatica o gestionale o in materie economiche, oppure un'altra laurea preferibilmente scientifica integrata da corsi di formazione o specializzazione in informatica e marketing

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	312 - COMPUTER ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3121 - Computer assistants 341 - FINANCE AND SALES ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3415 - Technical and commercial sales representatives 342 - BUSINESS SERVICES AGENTS AND TRADE BROKERS - 3421 - Trade brokers
ISTAT Professioni (CP 2011)	1.2.3.3.0 - Direttori e dirigenti del dipartimento vendite e commercializzazione 1.2.2.4.0 - Direttori e dirigenti generali di aziende nel commercio 1.3.1.6.3 - Imprenditori e responsabili di piccole aziende nei servizi informatici e di telecomunicazione 2.5.1.5.3 - Specialisti nella commercializzazione nel settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.1.2.5.0 - Tecnici gestori di reti e di sistemi telematici 3.1.2.3.0 - Tecnici web
ATECO 2007	63.11.19 - Altre elaborazioni elettroniche di dati 63.12.00 - Portali web 70.22.09 - Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale

	73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari
--	---

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi leFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Analisi dei requisiti e del contesto competitivo
Descrizione della performance	Analizzare le possibili alternative organizzative e tecnologiche alla luce del posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica del mondo Internet, per definire con il responsabile del progetto caratteristiche, obiettivi e risultati attesi della soluzione di e-business da sviluppare
UC	867
Capacità-abilità	<p>Analizzare con i responsabili aziendali la realtà ed il contesto competitivo in cui si posizionerà il progetto di e-business</p> <p>Definire con i responsabili aziendali caratteristiche ed obiettivi della soluzione e-business da realizzare</p> <p>Definire le strategie di comunicazione del progetto di e-business più appropriate per il raggiungimento degli obiettivi previsti</p> <p>Valutare per quali beni e servizi il canale di vendita on line può essere appropriato, tenendo conto del contesto competitivo e degli aspetti normativi correlati alla vendita a distanza</p>
Conoscenze	<p>Dinamiche dei mercati di riferimento, per operare previsioni su cui basare le analisi del contesto competitivo</p> <p>Modelli di rappresentazione formalizzata della realtà e dei processi per rappresentare in maniera unitaria e coerente le entità, le relazioni ed i processi rilevanti per la definizione del modello di soluzione per l'e-business</p> <p>Tecniche di analisi del contesto competitivo, per verificare il posizionamento dell'azienda e del prodotto/servizio da commercializzare nei confronti dei principali competitori attuali e potenziali</p> <p>Tecniche di redazione di un business plan, per elaborare il piano di business da sottoporre all'approvazione dei responsabili del progetto e di eventuali soggetti finanziatori</p>

Denominazione AdA	Assistenza e customer management
Descrizione della performance	Fornire la necessaria assistenza alla clientela, monitorandone i comportamenti ed il livello di soddisfazione, per pianificare ed attuare azioni in grado di aumentare il numero ed il grado di soddisfazione dei clienti e di incrementare le vendite

UC	870
Capacità-abilità	<p>Analizzare i dati relativi agli accessi al sito Web ed al comportamento degli utenti dell'applicazione e produrre statistiche e rapporti da esaminare con i responsabili aziendali</p> <p>Assicurare il tempestivo aggiornamento dell'applicazione alle mutate condizioni di mercato o a nuove esigenze espresse dalla clientela in forma esplicita o potenziale</p> <p>Prevedere modalità di assistenza al cliente in grado di gestirne con efficienza e rapidità i reclami ed aumentarne il livello di soddisfazione complessivo</p> <p>Promuovere il sito di e-business attraverso l'inserimento dell'indirizzo nei principali motori di ricerca e/o portali per l'accesso in Internet, lo scambio di link con altri siti, ecc...</p> <p>Redigere le istruzioni e/o i manuali d'uso, anche tramite la pubblicazione on-line sul sito Web, per facilitare l'utilizzo delle applicazioni di e-business da parte degli utenti</p> <p>Somministrare questionari di customer's satisfaction ed elaborarne i risultati per monitorare il livello di soddisfazione della clientela</p>
Conoscenze	<p>Elementi di psicologia e sociologia dei consumi, per favorire una corretta comprensione dei meccanismi alla base del comportamento della clientela</p> <p>Normativa vigente in materia di tutela dei consumatori e vendite a distanza, per assicurare il rispetto delle relative disposizioni legislative da parte dell'azienda</p> <p>Tecniche di customer relationship management (CRM), per favorire una rapida, corretta ed efficiente relazione con la clientela ai fini di migliorare il grado di soddisfazione della stessa</p> <p>Tecniche di web advertising, per pubblicizzare in maniera efficace i prodotti ed i servizi offerti, utilizzando le potenzialità di Internet</p>

Denominazione AdA	Definizione del piano di marketing
Descrizione della performance	Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere online
UC	868
Capacità-abilità	<p>Definire gli indicatori da monitorare per verificare il successo del piano di marketing nella promozione della soluzione di e-business</p> <p>Definire il mercato potenziale per la vendita del prodotto/servizio sul Web, anche alla luce delle prevedibili evoluzioni nel tempo, per elaborare il piano di marketing sulla base di previsioni realistiche</p> <p>Elaborare il piano di marketing da sottoporre all'approvazione dei responsabili aziendali, con la definizione di un marketing mix che preveda l'utilizzo di strumenti tradizionali accanto ad altri innovativi</p>

	<p>Operare una segmentazione dei comportamenti di consumo on line per definire la scelta del target di riferimento delle azioni di marketing</p> <p>Scegliere i canali di comunicazione più appropriati, tra quelli tradizionali e quelli innovativi, per la realizzazione delle azioni previste nel piano di marketing</p>
Conoscenze	<p>Principi di marketing tradizionale, per applicare le metodologie classiche adattandole al contesto competitivo del commercio elettronico su Internet</p> <p>Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo, per una corretta definizione del piano di marketing</p> <p>Strategie di marketing in rete, per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet</p> <p>Tecniche di Web marketing, per prevedere l'utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line nella definizione del piano di marketing</p> <p>Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line, per acquisire ulteriori informazioni sulla base delle quali elaborare il piano di marketing</p> <p>Tecniche e strumenti di direct marketing su Internet (come profilazione del cliente, pricing on line, advertising on line, promozione via Internet, ecc...), per sfruttare le potenzialità offerte dalla comunicazione on line nella promozione del prodotto/servizio</p>

Denominazione AdA	Organizzazione delle vendite
Descrizione della performance	Definire le strategie e le scelte relative all'organizzazione delle vendite on line, verificando l'opportunità di costituire una rete di vendita in affiancamento e sinergia con il canale online e curando gli aspetti di approvvigionamento e distribuzione del prodotto/servizio da vendere
UC	869
Capacità-abilità	<p>Confrontare la struttura ed i risultati della propria rete di vendita con quelli delle reti dei principali concorrenti, per individuare correttivi e possibili miglioramenti organizzativi</p> <p>Definire un insieme di indicatori di efficacia ed efficienza per monitorare la performance commerciale in relazione ai target di vendita e all'andamento dei mercati di riferimento</p> <p>Organizzare una rete commerciale, definendone la struttura, gli obiettivi e gli strumenti di incentivazione ai fini di incrementare le vendite del prodotto e/o servizio</p> <p>Verificare i risultati di vendita, confrontandoli con gli obiettivi e tenendo aggiornati i responsabili aziendali su andamenti e previsioni</p> <p>Verificare l'efficienza della catena logistica anche in relazione alle possibilità offerte dalla rete, esaminando modalità, tempi e costi della spedizione o consegna al cliente finale</p>

Conoscenze	<p>Nozioni di diritto commerciale e tributario applicato alle vendite a distanza, per assicurare il rispetto degli obblighi normativi e fiscali da parte dell'azienda</p> <p>Principali scelte di struttura delle reti commerciali, per adottare il modello ottimale in termini di rapporto tra costi e benefici</p> <p>Principi base di logistica applicata alla vendita di prodotti e/o servizi on line, per coordinare una efficiente organizzazione della distribuzione del prodotto o servizio al cliente finale</p> <p>Strumenti di gestione ed incentivazione delle reti di vendita, per incrementare le vendite del prodotto e/o servizio attraverso i canali tradizionali</p> <p>Tecniche di organizzazione delle reti di vendita di prodotti e/o servizi online, per affiancare e potenziare, se necessario, il canale di vendita diretto attraverso la rete</p>
------------	--

Denominazione AdA	Sviluppo dell'applicazione di e-business
Descrizione della performance	Partecipare allo sviluppo del software relativo all'applicazione, verificando la sua adeguatezza al modello di e-business previsto e al raggiungimento degli obiettivi definiti dal piano di marketing e dalle strategie commerciali
UC	894
Capacità-abilità	<p>Assicurare il rispetto del piano dei costi, dei tempi e delle risorse necessarie nell'implementazione dell'applicazione di e-business</p> <p>Collaborare nella definizione dell'interfaccia, dei contenuti e delle modalità di navigazione del sito Web dedicato alle applicazioni di e-business</p> <p>Garantire la rispondenza delle caratteristiche dell'applicazione di e-business sviluppata alle previsioni del piano di marketing</p> <p>Testare il livello di facilità e la piacevolezza nell'utilizzo dell'applicazione da parte dell'utente finale, confrontandolo con quello delle applicazioni sviluppate dalla concorrenza</p> <p>Verificare con i responsabili aziendali del progetto di e-business l'adeguatezza delle caratteristiche del software sviluppato, sollecitando eventuali correzioni e modifiche che si dovessero rendere necessarie</p>
Conoscenze	<p>Concetti di base ed architettura di Internet (protocolli, domini, indirizzi, ecc...), per comprendere opportunità e vincoli tecnologici nello sviluppo dell'applicazione di e-business</p> <p>Concetti di base relativi allo sviluppo di un sito Web mediante strumenti applicativi dedicati, per ridurre costi e tempi di sviluppo</p> <p>Concetti relativi all'amministrazione di un sito Web per l'e-business, per utilizzare al meglio le potenzialità offerte per un'efficiente gestione delle transazioni da strumenti evoluti di amministrazione</p> <p>Lingua inglese, per comprendere la documentazione, tanto tecnica, che commerciale, redatta in lingua inglese</p>

Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali, per assicurare il rispetto delle disposizioni di legge da parte del software sviluppato

Principi di base della sicurezza delle reti informatiche e dei siti Internet, per collaborare nello sviluppo delle misure atte ad assicurare un adeguato livello di sicurezza nelle transazioni online