

ADA.12.02.01 - REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE COMMERCIALE DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Gestire tutti gli aspetti delle trattative di vendita predisponendo i preventivi/proposte di servizi o prodotti, fornendo informazioni sugli stessi o su eventuali promozioni, ed avendo, inoltre, cura di predisporre i contratti, trasmettendo e monitorando gli ordini alle società di distribuzione

1 - GESTIONE TRATTATIVE DI VENDITA

Grado di complessità 2

1.2 RACCOLTA ORDINATIVI

Raccogliere gli ordinativi di tutti i clienti e trasmetterli all'ente interno all'azienda che si occupa di predisporre le distribuzioni.

1.2 MONITORAGGIO ORDINI

Effettuare il monitoraggio settimanale e mensile degli ordinativi al fine di delineare un forecast per singolo cliente/ singolo prodotto da trasmettere alla società di distribuzione

Grado di complessità 1

1.1 COMPILAZIONE DEI SINGOLI CONTRATTI

Compilare i contratti e inviare copia conforme alla controparte contrattuale partendo dal risultato della negoziazione conclusa con i singoli clienti

1.1 GESTIONE DI NUOVI CLIENTI

Predisporre una attività di affiancamento a nuovi clienti in fase di primo ordine, al fine di instaurare un processo di gestione degli approvvigionamenti in linea con le procedure aziendali

2 - INFORMAZIONI SUI PRODOTTI/SERVIZI

Grado di complessità 2

2.2 GESTIONE INFORMAZIONI PERSONALIZZATE

Gestire la raccolta dei dati mancanti e trasmetterli al cliente interessato, secondo le modalità concordate, nei casi in cui si fosse rilevata un'esigenza specifica del cliente tale da richiedere un maggior dettaglio delle informazioni di prodotto fornite

Grado di complessità 1

2.1 GESTIONE PROPOSTE COMMERCIALI

ADA.12.02.01 - REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE COMMERCIALE DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

Gestire la comunicazione relativa a tutte le informazioni e promozioni commerciali legate a prodotti/servizi, orientando il cliente verso scelte vantaggiose e strategiche

3 - REDAZIONE DI PREVENTIVI E PROPOSTE

Grado di complessità 3

3.3 GESTIONE DI PROPOSTE/PREVENTIVI

Gestire i preventivi di vendita per l'aggiornamento dei forecast e la definizione dei nuovi accordi di vendita, avendo cura di trasmettere i dati alla società di distribuzione

Grado di complessità 2

3.2 PREDISPOSIZIONE PREVENTIVI

Condurre la trattativa e redigere i preventivi di vendita avendo cura di compilare tutte le parti e voci comprese le possibili opzioni riservate al cliente

Grado di complessità 1

3.1 DEFINIZIONE DI PROPOSTE

Definire con il cliente le proposte commerciali più adatte a soddisfare le esigenze di approvvigionamento, avendo cura di redigere tutta la documentazione a supporto contrattando eventuali soluzioni migliorative in linea con i piani di vendita aziendali

ADA.12.02.01 - REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE COMMERCIALE DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Sistema informativo aziendale
- Procedure aziendali di vendita
- Normativa sui contratti (Codice Civile)
- Procedure aziendali di gestione portafogli clienti e relativa modulistica
- Normativa di settore

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche ed operatività delle trattative di vendita
- Tecniche di comunicazione
- Tecniche di preventivazione
- Tecniche di budgeting
- Tecniche di monitoraggio clienti

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Piano dettagliato degli ordinativi definito
- Campagne promozionali informative definite
- Preventivi e contratti predisposti

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie di prodotti e mercati di riferimento
2. L'insieme delle tecniche di preventivazione
3. Un set di dati relativi a prodotti, mercati, richieste di clienti e vendite

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base di una tipologia di settore merceologico e del set di caratteristiche date, impostazione dello sviluppo di un preventivo e della comunicazione della proposta commerciale
2. Colloquio tecnico relativo alle strategie di vendita di nuove campagne informative

ADA.12.02.01 - REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE COMMERCIALE DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

ADA.12.02.01 - REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INTERMEDIAZIONE COMMERCIALE DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

FONTI

- Repertorio regionale del FVG
 - AILLOG - Associazione italiana di Logistica e Supply Chain Management - <http://www.ailog.it/>
 - La logistica industriale e la gestione degli approvvigionamenti - <https://studieconomici.altervista.org>
 - Regolamento (CE) n. 178/2002, art. 19: gestione delle non-conformità
- Natura e regolamentazione dei mercati e centri agroalimentari all'ingrosso, Un libro edito da Maggioli Editore, 2010
- Afuah A., Tucci C.L., Virili F., (2002). Modelli di e-business, McGraw-Hill, Milano
 - Berruti G., 1992, Il merchandising. Guida pratica per i responsabili delle vendite e i merchandiser delle aziende industriali e commerciali, Milano, Franco Angeli.
 - Collesei U., 1989, Merchandising e comunicazione. Manuale di gestione delle imprese commerciali al dettaglio, Milano, Franco Angeli.
 - Fady A. e Seret M., 1992, Il merchandising. Tecniche e metodi del commercio al dettaglio, Milano, Etas libri.
 - Sabbadin E., 1997, Marketing della distribuzione e marketing integrato. I casi Marks & Spencer e Benetton, Milano, Egea