

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Elaborare il piano commerciale di noleggio a partire da un esame delle caratteristiche del territorio pubblicizzando le caratteristiche dei prodotti idonei

1 - ELABORAZIONE PIANO COMMERCIALE

Grado di complessità 4

1.4 REVISIONE DEL PIANO COMMERCIALE

Attivare delle strategie operative per migliorare la vendita agendo sulle diverse componenti strumentali e umane a disposizione, sulla base dei dati relativi ai risultati dei noleggi realizzati e delle eventuali proposte di miglioramento ricevute dalle diverse componenti aziendali.

Grado di complessità 3

1.3 DEFINIZIONE RETE VENDITA

Definire l'organizzazione della rete di vendita identificando le risorse, gli strumenti, le linee guida e le modalità previste per l'attività di noleggio e per il controllo dei dati.

1.3 DEFINIZIONE OBIETTIVI DI VENDITA

Definire gli obiettivi di vendita, per un tempo determinato, sulla base dei fattori interni (es. esigenze aziendali, capacità e risorse della forza di vendita, produttività) e dei fattori esterni (es. elasticità della domanda al prezzo, concorrenza, ciclo di vita del prodotto) all'impresa

Grado di complessità 2

1.2 IDENTIFICAZIONE CLIENTELA TARGET

Individuare la clientela target a cui si intende offrire particolari vantaggi e/o sconti, sulla base dell'analisi statistica della clientela di uno o più punti noleggio.

1.2 ANALISI DEL MERCATO POTENZIALE

Identificare le variabili di segmentazione più significative, a partire dagli obiettivi di vendita aziendali, in funzione del prodotto da promuovere (es. geografiche, socio-demografiche, psicografiche, comportamentali) al fine di delineare in modo preciso il proprio target di riferimento, anche in relazione al posizionamento competitivo della concorrenza

Grado di complessità 1

1.1 RACCOLTA INFORMAZIONI SUI PRODOTTI

ADA.12.03.03 - NOLEGGIO

Reperire le informazioni che illustrano le caratteristiche dei prodotti (es. descrizione, materiali, componentistica), le modalità di noleggio, di utilizzo, di funzionamento e di garanzia e di confronto con i concorrenti nel rispetto delle modalità e degli obiettivi aziendali

1.1 RACCOLTA DATI E INFORMAZIONI AREA MERCATO POTENZIALE

Raccogliere dati e informazioni relative alla geografia e demografia del mercato e alla tipologia dei clienti, utilizzando diversi tipi di canali informativi

2 - PUBBLICIZZAZIONE DEI PRODOTTI NOLEGGIATI

Grado di complessità 3

2.3 DEFINIRE LE MODALITÀ DI PUBBLICITÀ/PROMOZIONE

Elaborare, in accordo con i referenti aziendali, i piani promozionali più appropriati nel rispetto dei prodotti da promuovere, delle strategie promozionali individuate e della normativa in vigore (es tutela dei consumatori)

Grado di complessità 2

2.2 IDENTIFICAZIONE CANALI DI COMUNICAZIONE PROMOZIONALI

Individuare i canali di comunicazione più idonei (es. sito web, sms, volantino) sulla base della prodotti o dei servizi da promuovere e del target di clientela individuato.

Grado di complessità 1

2.1 PREDISPOSIZIONE CATALOGO COMMERCIALE

Elaborare il catalogo dei prodotti a noleggio (es. selezione prodotti e definizione prezzi), anche in modalità digitale, evidenziando per i vari prodotti, oltre all'immagine, le caratteristiche tecniche, il costo, le promozioni, le modalità di pagamento

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Tipologie di beni oggetto di noleggio
- Dati di contesto
- Standard di servizio
- Procedure aziendali
- Sistemi e modelli di presentazione cataloghi prodotti, anche informatizzati

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di analisi del mercato e definizione degli obiettivi di vendita
- Tecniche di definizione prezzi
- Tecniche di pubblicizzazione dei prodotti offerti a noleggio

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Piano commerciale definito/rivisto
- Catalogo prodotti a noleggio sviluppato
- Dati su noleggi e mercato di riferimento raccolti

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme dei beni oggetto di noleggio
2. L'insieme dei potenziali mercati di riferimento
3. L'insieme delle tecniche di analisi del mercato, definizione dell'offerta e sua pubblicizzazione
4. Un set di caratteristiche di beni e mercati

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di bene ed un mercato, sulla base del set dato, impostazione del piano commerciale di noleggio e delle relative modalità di promozione
2. Colloquio tecnico relativo alle differenze di approccio con riferimento ad una tipologia di bene/mercato non oggetto di prova prestazionale

ADA.12.03.03 - NOLEGGIO

FONTI

Schede SST presenti nei Repertori di settore del FVG

Legge n.21 del 15.01.1992

Sisti Marco e Guenzi Paolo, 2015, "Gestire le vendite. L'eccellenza nel sales management", Ed. Egea

Lorenzo Perino, 2009, Guida legale al noleggio. Soluzioni operative per l'impresa che offre ed utilizza il noleggio in edilizia, ed. Tecniche Nuove