

ADA.12.01.01 - DIREZIONE E COORDINAMENTO DEL PUNTO VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Organizzare il punto vendita all'ingrosso effettuando il monitoraggio degli stock, della rotazione delle scorte, del flusso delle merci e delle attività relative alla catena del freddo (sulla base delle norme per la conservazione delle proprietà organolettiche dei prodotti alimentari) e coordinando le risorse umane in base delle esigenze dei reparti e delle competenze

1 - MONITORAGGIO DELLE MERCI

Grado di complessità 3

1.3 MONITORAGGIO DEL FLUSSO DELLE MERCI

Monitorare i processi interni di gestione delle merci partendo dalla consegna del prodotto in magazzino (porto franco) fino alla fase di vendita, predisponendo report in cui si evidenzino eventuali punti di fragilità del processo e segnalando anomalie.

Grado di complessità 2

1.2 ANALISI DELLA ROTAZIONE DELLE SCORTE

Elaborare e valutare i dati di monitoraggio relativi alle scorte di magazzino al fine di valutare eventuali interventi correttivi.

Grado di complessità 1

1.1 MONITORAGGIO DEGLI STOCK

Effettuare una ricognizione periodica del magazzino valutando i tempi di approvvigionamento concordati con i fornitori, creando dei report su quantità, scadenze, stato di conservazione degli imballaggi primari e secondari seguendo le disposizioni aziendali relative alla qualità sia in termini di processi che di procedure legate alla catena del freddo

2 - MONITORAGGIO DELLA CATENA DEL FREDDO

Grado di complessità 2

2.2 GESTIONE CRITICITÀ

Gestire le criticità emerse dal controllo e supervisione del sistema refrigerante, a seguito dell'azionamento degli allarmi o per cause di forza maggiore, al fine di evitare di interrompere la catena del freddo

ADA.12.01.01 - DIREZIONE E COORDINAMENTO DEL PUNTO VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

Grado di complessità 1

2.1 MONITORAGGIO ATTIVITÀ

Monitorare le fasi della catena del freddo (sulla base delle norme per la conservazione delle proprietà organolettiche dei prodotti alimentari) analizzando le variabili che possono incidere sulla qualità del prodotto all'interno delle celle frigorifere seguendo le specifiche procedure aziendali

3 - COORDINAMENTO DELLE RISORSE UMANE

Grado di complessità 3

3.3 GESTIONE DEI CONFLITTI

Definire delle strategie di comunicazione atte a prevenire disagi e conflittualità delle HR.

Grado di complessità 2

3.2 GESTIONE VARIANZE ORGANIZZATIVE

Gestire, attraverso una pianificazione secondaria altamente flessibile, eventuali criticità inerenti il personale e la sua organizzazione revisionando, anche temporalmente, l'organigramma (chi fa cosa, quando, come, con chi)

Grado di complessità 1

3.1 PIANIFICAZIONE PERSONALE PER REPARTO

Definire in base alle mansioni e ruoli assegnati al singolo operatore, le attività pianificandole su base settimanale/mensile, gestendo orari, turni, ferie.

ADA.12.01.01 - DIREZIONE E COORDINAMENTO DEL PUNTO VENDITA ALL'INGROSSO 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)

- Tipologie di fornitori (produttore, grossista, rappresentante, ...)
- Tipologie merceologiche
- Dati di fornitura, sulla base degli ordini emessi
- Dati di magazzino e di logistica interna
- Caratteristiche del processo di gestione della catena del freddo interna
- Caratteristiche quali-quantitative della forza lavoro
- Obiettivi aziendali
- Standard di servizio
- Procedure aziendali
- Mezzi e strumenti di movimentazione e stoccaggio delle merci
- Sistemi e modalità di gestione dati informatizzati
- Normativa di sicurezza, igiene e salvaguardia ambientale nel settore del commercio
- Tipologie e caratteristiche degli imballi e delle confezioni
- Normativa su custodia e sicurezza dei beni, vendite promozionali, protocolli HACCP, catena del freddo

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche e tecnologie, anche digitali, a supporto della gestione della merce
- Tecniche di monitoraggio delle merci
- Tecniche di monitoraggio della catena del freddo
- Metodi e tecniche di pianificazione e gestione delle risorse umane

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Stock e flussi di merci monitorati
- Catena del freddo monitorata e criticità gestite
- Risorse umane pianificate e gestite

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie merceologiche
2. L'insieme delle tecniche di monitoraggio di merci e catena del freddo
3. L'insieme dei metodi e delle tecniche di pianificazione e gestione delle risorse umane
4. Un set di dati relativi a stock e flussi di merci

ADA.12.01.01 - DIREZIONE E COORDINAMENTO DEL PUNTO VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Per almeno due tipologie merceologiche, di cui una pertinente alla catena del freddo, sulla base del set dato impostazione del monitoraggio delle merci e dell'analisi della rotazione delle scorte e rappresentazione della gestione della catena del freddo
2. Colloquio tecnico relativo alla gestione delle risorse umane

ADA.12.01.01 - DIREZIONE E COORDINAMENTO DEL PUNTO VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

ADA.12.01.01 - DIREZIONE E COORDINAMENTO DEL PUNTO VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

FONTI

Repertorio regionale del FVG

AILOG - Associazione italiana di Logistica e Supply Chain Management - <http://www.aiolog.it/>

La logistica industriale e la gestione degli approvvigionamenti - <https://studieconomici.altervista.org>

Castaldo S. e Mauri C., 2008, Store management. Il punto vendita come piattaforma relazionale. Collana Osservatorio Retailing. Milano, Franco Angeli

Berruti G., 1992, Il merchandising. Guida pratica per i responsabili delle vendite e i merchandiser delle aziende industriali e commerciali, Milano, Franco Angeli.

Sabbadin E., 1997, Marketing della distribuzione e marketing integrato. I casi Marks & Spencer e Benetton, Milano, Egea.

Laura Tentolini, Alessandro Muscinelli, 2014, "Dalla Vetrina al Magazzino. Come allestire il negozio, scegliere gli addetti alla vendita e conquistare i clienti", Bruno Editore

Giampiero Lugli, Luca Pellegrini, 2005, Marketing Distributivo, ed. UTET

Roberta Panza, 2013, Manuale di progettazione per la grande distribuzione. Strategie, immagine e format per nuovi consumatori, ed. Franco Angeli

2010, Natura e regolamentazione dei mercati e centri agroalimentari all'ingrosso, Collana: I fuori collana, ed. Maggioli Editore