

## ADA.12.01.02 - GESTIONE OPERATIVA DEI REPARTI DI VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

### SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 3** - Curare il processo di vendita al cliente in tutte le sue fasi e gestire garanzie ed eventuali reclami sui prodotti

#### 1 - GESTIONE DEL PROCESSO DI VENDITA

Grado di complessità 2

##### 1.2 GESTIONE CRITICITÀ

Gestire le variazioni nell'attività operativa in termini di distribuzione, dimensionamento e turnazione del personale a fronte di mutate esigenze di servizio (es. operatività in settori stagionali)

##### 1.2 GESTIONE DEL RECLAMO

Accogliere e gestire la clientela non soddisfatta, attivando quanto necessario per la risoluzione del reclamo, monitorando l'iter e tenendo aggiornato gli interessati, verificando anche la tipologia di garanzia esistente, applicando i principi di comunicazione efficace, delle strategie e delle procedure aziendali e nel rispetto delle normative relative alla tutela dei consumatori.

Grado di complessità 1

##### 1.1 GESTIONE DELL'ACCOGLIENZA DELLA CLIENTELA

Predisporre e organizzare la modalità operativa per accogliere la clientela, con l'ulteriore obiettivo di rilevare performance e il rispetto dei piani di lavoro (es. organigramma, linee guida, posta elettronica, software gestionali per attività di call center)

##### 1.1 GESTIONE DELL'ASSISTENZA AL CLIENTE

Predisporre e organizzare la modalità operativa per assistere il cliente, supportandolo all'acquisto anche di prodotti complementari, con l'ulteriore obiettivo di rilevare performance e il rispetto dei piani di lavoro (es. organigramma, linee guida, posta elettronica, software gestionali per attività di assistenza vendita)

##### 1.1 PREDISPOSIZIONE GARANZIE

Predisporre la documentazione commerciale a favore della clientela (es. garanzie, convalida assegni, documentazione per finanziamenti, reso merci), offrendo anche servizi aggiuntivi di assistenza, nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. normativa IVA, tutela dei consumatori).

## ADA.12.01.02 - GESTIONE OPERATIVA DEI REPARTI DI VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

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

- Tipologie merceologiche
- Standard di servizio
- Documentazione commerciale a favore della clientela (es. garanzie, convalida assegni, documentazione per finanziamenti, reso merci)
- Procedure aziendali
- Sistema informativo aziendale
- 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
- Normativa fiscale e tributaria
- Normativa gestione delle non-conformità

#### **TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Tecniche di organizzazione del lavoro e dei processi di servizio
- Tecniche di mediazione e gestione di conflitti
- Tecniche di comunicazione
- Tecniche di accoglienza e assistenza al cliente
- Tecniche di
- Tecniche di vendita

#### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Processi di accoglienza ed assistenza al cliente definiti e gestiti
- Documentazione commerciale predisposta
- Reclami gestiti

#### **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 gestione del processo di vendita
3. Un set di dati relativi a reparti e clienti

##### **DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

## **ADA.12.01.02 - GESTIONE OPERATIVA DEI REPARTI DI VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI**

- 1.** Prova prestazionale: per almeno due tipologie merceologiche, di cui una alimentare, sulla base del set informativo dato, rappresentazione analitica del processo di vendita, per gli aspetti di organizzazione di accoglienza, assistenza al cliente e gestione dei re-clami
- 2.** Colloquio tecnico relativo alla predisposizione della documentazione commerciale a favore della clientela

## ADA.12.01.02 - GESTIONE OPERATIVA DEI REPARTI DI VENDITA ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

### FONTI

Repertorio regionale del FVG

AIALOG - 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

Annalisa Tunisini, Tonino Pencarelli, Luca Ferrucci - Economia e management delle imprese, strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendale - HOEPLI

Francis Buttle, 2015, Customer relationship management. Teorie e tecnologie", Franco Angeli

2010, Natura e regolamentazione dei mercati e centri agroalimentari all'ingrosso, Un libro edito da Maggioli Editore

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.

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

Attilio Rossi e Emanuele Schmidt, Il check up del punto di vendita, incrementare la redditività di grandi e medie superfici, Franco Angeli