

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST- VENDITA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Fornire i servizi di incasso (es: contabilizzazione punti fedeltà, deposito contanti, incasso mediante ticket restaurant, bancomat, carta di credito) e post vendita (es. registrazione resi, sostituzione prodotto o emissione buoni, verifica prodotto, reimmissione in scaffali o apertura pratica anomalia o smaltimento) mediante le loro diverse modalità

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Predisposizione servizi di incasso: **5 casi**

Dimensione 2 - Predisposizione servizi post vendita: **5 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Presidiare il punto di ascolto effettuando operazioni di verifica dei prezzi praticati, emissione di fatture, convalida di assegni, pratiche di finanziamento, gestione reclami, rilevando i dati della customer satisfaction

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Operatività nel punto di ascolto: **4 casi**

Dimensione 2 - Rilevazione della soddisfazione del cliente: **2 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST- VENDITA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Fornire i servizi di incasso (es: contabilizzazione punti fedeltà, deposito contanti, incasso mediante ticket restaurant, bancomat, carta di credito) e post vendita (es. registrazione resi, sostituzione prodotto o emissione buoni, verifica prodotto, reimmissione in scaffali o apertura pratica anomalia o smaltimento) mediante le loro diverse modalità

1 - PREDISPOSIZIONE SERVIZI DI INCASSO

Grado di complessità 3

1.3 RILEVAZIONE CONTABILE MOVIMENTAZIONE VALORI

Rilevare contabilmente le operazioni di movimentazione di denaro e di utilizzo di strumenti quali le "carta fedeltà", nel rispetto delle modalità e delle procedure aziendali e della normativa in vigore

Grado di complessità 2

1.2 REGISTRAZIONE MOVIMENTAZIONE VALORI

Registrare le operazioni di movimentazione di denaro e di utilizzo di altre modalità (es. carta fedeltà), nel rispetto delle modalità e delle procedure aziendali e della normativa in vigore

Grado di complessità 1

1.1 INCASSO MEDIANTE DOCUMENTI CARTACEI

Incassare, a fronte di un acquisto di un cliente, il relativo importo in contanti o decurtato da importi di buoni spesa (es. ticket restaurant cartacei), nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore

1.1 INCASSO DIGITALE

Incassare, a fronte di un acquisto di un cliente, il relativo importo mediante POS (es. bancomat, carta di credito, carta prepagata), eventualmente decurtato da importi di carta fedeltà (es. ticket restaurant digitali o tessere in plastica), nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore

1.1 INCASSO VIRTUALE

Incassare, a fronte di un acquisto di un cliente, il relativo importo, decurtato eventualmente da carte fedeltà, mediante device e un'App (es. QR code, codice a barre), nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST- VENDITA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

2 - PREDISPOSIZIONE SERVIZI POST VENDITA

Grado di complessità 2

2.2 RILEVAZIONE CONTABILE DEL RESO

Provvedere alla rilevazione contabile del reso (es. scontrino di restituzione), aggiornando l'inventario, nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. normativa fiscale)

2.2 SMALTIMENTO MERCE

Provvedere allo smaltimento della merce (es. causa scadenza merce, reso invenduto, prodotti del reparto deperibili libero servizio) e relativa rilevazione contabile nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. smaltimento rifiuti)

Grado di complessità 1

2.1 CONTROLLO PRODOTTO O RESO

Provvedere al controllo del prodotto reso (es. verifica corretto funzionamento, integrità delle parti, qualità, ecc.) e della relativa garanzia nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. tutela consumatori)

2.1 RILEVAZIONE DEL RESO

Rilevare il reso del cliente e l'eventuale relativa garanzia che non trova soluzione, reinserendo la merce nel punto vendita e ponendo in collegamento il cliente con il personale di riferimento, nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. tutela consumatori)

2.1 SOSTITUZIONE DI UN PRODOTTO

Provvedere alla sostituzione del reso con un altro prodotto o utilizzando un'altra modalità (es. utilizzo di una tipologia di carta fedeltà) nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. tutela consumatori)

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST-VENTA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Informazioni relative ai prodotti e all'impresa
- Informazioni relative ai clienti (fra cui caratteristiche linguistiche) e ai fornitori dell'impresa
- Standard di servizio
- Procedure aziendali di incasso ed operazioni post vendita
- Sistemi e modalità di gestione dati informatizzati
- Tipologie di mezzi di pagamento analogici e digitali (ticket restaurant, bancomat, carta di credito, carta prepagate, app) di mezzi di fidelizzazione (carte fedeltà)
- Strumenti di registrazione di movimentazione e rilevazione contabile valori
- Normativa di sicurezza, igiene e salvaguardia ambientale nel settore del commercio
- Normativa sul credito al consumo
- Normativa fiscale

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di comunicazione, anche in lingua straniera
- Tecniche ed operatività di accoglienza ed assistenza al cliente
- Operatività di conta veloce e di posa e conta
- Tecniche di controllo della merce resa
- Operatività dei mezzi di pagamento e degli strumenti di registrazione contabile valori
- Tipologie e modalità operativa dei vari sistemi di pagamento e di finanziamento
- Tecniche contabili e modalità di rilevazioni apertura e chiusura cassa, incasso o resi o dismissioni

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Incasso in contanti, digitale o virtuale realizzato e registrato
- Resi controllati, rimborsati o sostituiti
- Carte fedeltà utilizzate
- Merce smaltita

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Tutte le modalità di pagamento e di fidelizzazione
2. Tutte le tipologie di clienti e loro richieste (acquisto, reso, ecc.)
3. Le tecniche di comunicazione, anche in lingua straniera

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST- VENDITA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

4. Le tecniche e l'operatività di accoglienza ed assistenza al cliente
5. L'operatività dei mezzi di pagamento e degli strumenti di registrazione contabile valori
6. Un set di procedure di rilevazioni apertura e chiusura cassa, incasso o resi o dismissioni

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Per almeno tre tipologie di mezzi di pagamento e fidelizzazione, di cui due digitali, delle caratteristiche linguistiche della clientela e del set di caratteristiche date, realizzazione simulata, anche attraverso role playing, delle attività di incasso a seguito di un acquisto di merce
2. Colloquio tecnico relativo alla gestione delle operazioni di rilevazione contabile valori e di gestione del reso

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST-VENTA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Presidiare il punto di ascolto effettuando operazioni di verifica dei prezzi praticati, emissione di fatture, convalida di assegni, pratiche di finanziamento, gestione reclami, rilevando i dati della customer satisfaction

1 - OPERATIVITÀ NEL PUNTO DI ASCOLTO

Grado di complessità 2

1.2 PREDISPOSIZIONE DI DOCUMENTAZIONE

Predisporre la documentazione commerciale e fiscale a favore della clientela (es. emissione di fatture, convalida assegni, documentazione per finanziamenti) al fine di concludere l'acquisto e il relativo incasso nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. normativa IVA, tutela dei consumatori)

1.2 GESTIONE DEL RECLAMO

Accogliere e gestire la clientela non soddisfatta, anche in lingua straniera, attivando quanto necessario per la risoluzione del reclamo, monitorando l'iter e tenendo aggiornato gli interessati, 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 INFORMAZIONI AL CLIENTE

Fornire informazioni al cliente, in presenza o a distanza, anche in lingua straniera, relative al punto vendita (es. Volantino che descrive la tipologia della merce, gli eventi promozionali, la modalità di restituzione o sostituzione della merce, i servizi offerti), inoltrando un'eventuale richiesta del cliente al personale di riferimento nel punto vendita, nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. tutela dei consumatori)

1.1 VERIFICA DEI PREZZI

Controllare la corretta applicazione dei prezzi nel punto vendita e rilevare eventuali prenotazioni di prodotto bloccando il relativo prezzo, nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. tutela dei consumatori)

2 - RILEVAZIONE DELLA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Grado di complessità 2

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST- VENDITA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

2.2 PROPOSTA AZIONI DI MIGLIORAMENTO

Proporre delle azioni di miglioramento, rispetto ai processi o riferite alla merce del punto vendita, sulla base delle risoluzioni dei reclami o delle informazioni raccolte e registrate, nel rispetto delle procedure aziendali e delle normative in vigore (es. tutela dei consumatori)

Grado di complessità 1

2.1 RILEVAZIONE DEI DATI

Raccogliere i dati relativi la soddisfazione della clientela attraverso l'utilizzo di appositi strumenti di rilevazione (es. interviste, recensioni, servizio di feedback tramite e-mail o strumenti digitali quali Mobile Signage) nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. tutela dei consumatori)

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST-VENTA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

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

- Informazioni relative ai prodotti (caratteristiche di offerta, prezzi) e all'impresa
- Informazioni relative ai clienti (fra cui caratteristiche linguistiche) e ai fornitori dell'impresa
- Tipologie di reclami della clientela
- Standard di servizio
- Procedure aziendali
- Sistemi e modalità di gestione dati informatizzati
- Normativa di sicurezza, igiene e salvaguardia ambientale nel settore del commercio
- Normativa sul credito al consumo
- Normativa sulla tutela dei consumatori
- Normativa commerciale e fiscale

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di comunicazione, anche in lingua straniera
- Tecniche di gestione dei conflitti
- Tecniche ed operatività di accoglienza ed assistenza al cliente, anche a distanza
- Tipologie e modalità operativa dei vari sistemi di pagamento e di finanziamento
- Tecniche e modalità di rilevazione della customer satisfaction

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Informazioni fornite in lingua italiana e straniera
- Documentazione fiscale emessa
- Documentazione commerciale redatta
- Interviste, sondaggi, questionari somministrati ai clienti in presenza o a distanza
- Proposte di miglioramento inoltrate
- Reclami ricevuti, monitorati, chiusi

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Tutte le tipologie di clienti
2. Le principali tipologie di informazioni richieste e di reclami
3. Tecniche di comunicazione, anche in lingua straniera
4. Tecniche ed operatività di accoglienza ed assistenza al cliente
5. Le modalità operative per emissione documentazione fiscale e commerciale

ADA.12.01.07 - SERVIZI DI INCASSO E POST- VENDITA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

6. L'operatività dei mezzi di pagamento e degli strumenti di registrazione contabile valori
7. Un set di caratteristiche di offerta
8. Le tecniche e modalità operative di rilevazione della customer satisfaction

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno due tipologie di clienti e due tipologie di informazioni richieste e reclami, sulla base del set di caratteristiche dato, realizzazione simulata, anche attraverso role playing, delle attività informative, di gestione di reclamo e di rilevazione della soddisfazione del cliente servito
2. Colloquio tecnico relativo alla rilevazione strutturata della customer satisfaction

FONTI

- Repertorio regionale del FVG
- Decreto del Presidente della Repubblica del 26/10/1972 n. 633 (e aggiornamenti al 2020)
- Annalisa Tunisini, Tonino Pencarelli, Luca Ferrucci - Economia e management delle imprese, strategie e strumenti per la competitività e la gestione aziendale - HOEPLI
- Afuah A., Tucci C.L., Virili F., (2002). Modelli di e-business, McGraw-Hill, Milano
- Attilio Rossi e Emanuele Schmidt, Il check up del punto di vendita, incrementare la redditività di grandi e medie superfici, 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
- Collese 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