

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Provvedere all'approvvigionamento delle merci presso grossisti, rappresentanti di commercio o produttori curando le fasi del ricevimento, marcatura, definizione dei prezzi e relativa etichettatura e selezionando il campionario da esporre e per rifornire gli scaffali

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Approvvigionamento della merce: **7 casi**

Dimensione 2 - Ricevimento della merce: **3 casi**

Dimensione 3 - Preparazione della merce per la vendita: **5 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Gestire i rapporti con la clientela mediante ascolto e presa in carico dei reclami considerando i dati della customer satisfaction

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Gestione rapporti con la clientela: **6 casi**

Dimensione 2 - Rilevazione dati customer satisfaction: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Effettuare operazioni di cassa ed amministrative quali deposito contanti, emissione di ricevute fiscali, registrazione fatture acquisto, registro vendite, inventario, incasso mediante ticket restaurant, bancomat, carta di credito

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Operatività di cassa: **4 casi**

Dimensione 2 - Operatività amministrativa: **7 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Provvedere all'approvvigionamento delle merci presso grossisti, rappresentanti di commercio o produttori curando le fasi del ricevimento, marcatura, definizione dei prezzi e relativa etichettatura e selezionando il campionario da esporre e per rifornire gli scaffali

1 - APPROVVIGIONAMENTO DELLA MERCE

Grado di complessità 3

1.3 NEGOZIAZIONE

Gestire una negoziazione con un fornitore (es. produttore, grossista, rappresentante) tenendo conto dei principi di comunicazione efficace, delle trattative commerciali e della normativa in vigore

1.3 ANALISI DELLE OFFERTE

Identificare, tra quelli ricevuti, l'offerta e il preventivo che meglio soddisfano i criteri individuati dall'azienda come strategici in tema di approvvigionamento

Grado di complessità 2

1.2 IDENTIFICAZIONE MERCE

Individuare la tipologia e la quantità di merce da ordinare, sulla base delle strategie aziendali in tema di approvvigionamento e delle previsioni di vendita oppure per rottura di stock

1.2 SELEZIONE CAMPIONARIO

Selezionare i campionari dei fornitori (es. produttore, grossista, rappresentante), indicando tipologia e quantità sulla base delle strategie aziendali in tema di approvvigionamento e delle previsioni di vendita

Grado di complessità 1

1.1 ELABORAZIONE LISTA DEI FORNITORI

Stilare e aggiornare lista di fornitori (es. grossisti, produttori, rappresentanti/agenti di commercio) avendo considerato le trattative e i preventivi precedenti, la qualità del servizio/merce e delle esigenze aziendali

1.1 ELABORAZIONE ORDINE DI ACQUISTO

Elaborare un ordine nel rispetto dei format aziendali disponibili, degli strumenti informatici e non a disposizione, dei processi di autorizzazione aziendale

1.1 MONITORAGGIO ITER DELL'ORDINE

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

Monitorare l'iter dell'ordine aggiornando le persone di riferimento coinvolte nella sua gestione e intervenendo in caso di ritardi e/o problematiche insorgenti

2 - RICEVIMENTO DELLA MERCE

Grado di complessità 3

2.3 MOVIMENTAZIONE DELLA MERCE

Movimentare la merce con mezzi e/o strumenti appositi (es. roll, transpallet) sino all'Area riserva o all'Area vendita, nel rispetto della relativa tipologia ed etichettatura

Grado di complessità 2

2.2 REGISTRAZIONI MERCI IN ENTRATA

Eeguire il carico della merce, registrando la documentazione allegata e smistandola ai referenti preposti, provvedendo all'eventuale aggiornamento degli stocks (es. operazioni di reso o di registrazione di perdite conosciute) nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. HACCP)

Grado di complessità 1

2.1 RICEVIMENTO MERCE IN ENTRATA

Ricevere la merce Food e No-Food utilizzando adeguata strumentazione o attrezzatura (es. transpallet, roll), verificando la qualità dei relativi bancali (es. merce da mazzino centralizzato) o qualità e quantità dei colli (es. merce dal produttore) nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. HACCP)

3 - PREPARAZIONE DELLA MERCE PER LA VENDITA

Grado di complessità 3

3.3 DEFINIZIONE DEL PREZZO DELLA MERCE

Determinare il prezzo di vendita della merce considerando, oltre ai costi di acquisto e di gestione, i vincoli derivanti da accordi commerciali e variabili di mercato quali i prezzi della concorrenza, la tipologia di clientela, il ciclo di vita e la stagionalità della merce

Grado di complessità 2

3.2 CONFEZIONAMENTO MERCE

Confezionare la merce adottando le tecniche più appropriate, tenendo conto delle specifiche

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

presenti nella marcatura, nelle etichettature, delle richieste del cliente, della normativa in vigore (es. sicurezza, HACCP)

Grado di complessità 1

3.1 PICKING

Adottare le tecniche più appropriate di picking per il trasporto della merce negli spazi di vendita tenendo conto delle caratteristiche specifiche e delle normative in vigore (es. sicurezza, HACCP)

3.1 SELEZIONE PRODOTTI DA ESPORRE

Selezionare il campionario da esporre in vetrina e per rifornire gli scaffali nel rispetto delle scelte aziendali (es. display), delle previsioni di vendita e della normativa in vigore

3.1 PREZZATURA, MARCATURA ED ETICHETTATURA

Prezzare i prodotti da esporre alla vendita, spaccettando, controllando la merce, l'esistenza della marcatura (es. CE) e dell'etichettatura, nel rispetto della tipologia del prodotto, delle linee guida aziendali e della normativa in vigore (es. tracciabilità del prodotto, tutela consumatori)

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

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

- Tipologie di impresa di vendita della piccola distribuzione
- Tipologie di fornitori (produttore, grossista, rappresentante, ecc.)
- Tipologie merceologiche
- Liste di fornitori con relative caratteristiche di offerta (campionario), prezzo, servizio ed affidabilità
- Offerte e preventivi
- Caratteristiche del mercato (prezzi della concorrenza, tipologia di clientela, ciclo di vita e stagionalità della merce, ecc.)
- 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 caldo e del freddo

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di comunicazione
- Tecniche e tecnologie, anche digitali, a supporto della gestione della merce
- Tecniche di controllo della merce in arrivo e in uscita
- Tecniche di picking
- Tecniche di confezionamento e packaging
- Tecniche e modalità di prezzatura, etichettatura e di sicurezza dei prodotti/merce
- Tecniche di composizione dell'assortimento
- Tecniche promozionali e visual merchandising e di vendita
- Tecniche di rilevazione e gestione contabile operazioni fiscali e commerciali

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Elenco merce da acquistare definito
- Ordine di acquisto definito
- Merce ricevuta, controllata e inventariata
- Merce prezzata, marchiata, etichettata, confezionata
- Prezzi di vendita definiti

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

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie di imprese di vendita
2. L'insieme delle tipologie di fornitori (produttore, grossista, rappresentante, ecc.)
3. L'insieme delle tipologie merceologiche
4. Un set di caratteristiche commerciali di acquisto e di mercato di vendita

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Per almeno una tipologia di impresa, due tipologie merceologiche (di cui una food) ed almeno due tipologie di fornitori, sulla base del set di caratteristiche dato, definizione della logica di approvvigionamento e del prezzo di vendita delle merci
2. Colloquio tecnico relativo al processo di ricevimento della merce

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Gestire i rapporti con la clientela mediante ascolto e presa in carico dei reclami considerando i dati della customer satisfaction

1 - GESTIONE RAPPORTI CON LA CLIENTELA

Grado di complessità 3

1.3 DEFINIZIONE DELLE POLITICHE E DELLE AZIONI DI FIDELIZZAZIONE

Definire le politiche e le azioni di fidelizzazione della clientela nel rispetto degli obiettivi e delle strategie aziendali

1.3 IMPLEMENTAZIONE DELLE POLITICHE E DELLE AZIONI DI FIDELIZZAZIONE

Implementare le politiche e le azioni di fidelizzazione della clientela nel rispetto degli obiettivi e delle strategie aziendali

Grado di complessità 2

1.2 CONSULENZA PER LA VENDITA

Fornire informazioni chiare e complete alla luce delle richieste di domande e/o chiarimenti sul/i prodotto/i (es. caratteristiche, modalità di utilizzo o di conservazione), offrendo possibili alternative alla luce delle informazioni sul cliente oppure proponendo prodotti complementari (es. cross selling) nel rispetto delle procedure aziendali e normativa in vigore (es. HACCP, tutela consumatori)

1.2 GESTIONE DEI RECLAMO E DELLE INSODDISFAZIONI

Gestire la clientela non soddisfatta, sulla base dei reclami nonché dei risultati delle rilevazioni di customer satisfaction, attivando le necessarie procedure di risoluzione e tenendo aggiornati i clienti sull'andamento del caso

Grado di complessità 1

1.1 INFORMAZIONI ALLA CLIENTELA

Fornire informazioni sul/i prodotto/i che il cliente desidera acquistare (es. tipologia e caratteristiche di prodotto, prezzo, presenza di sconti o promozioni) in modalità di presenza o a distanza nel rispetto delle procedure aziendali e delle richieste del cliente

1.1 ACCOGLIENZA DELLA CLIENTELA

Accogliere la clientela supportandola nella ricerca della merce all'interno del punto di vendita, guidandolo tra gli spazi espositivi, tenendo conto dei principi di comunicazione efficace, delle strategie e delle procedure aziendali (es. ascolto)

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

2 - RILEVAZIONE DATI CUSTOMER SATISFACTION

Grado di complessità 3

2.3 ELABORAZIONE REPORTING

Elaborare semplici report a partire dai dati raccolti, evidenziando gli scostamenti rispetto agli obiettivi

Grado di complessità 2

2.2 PIANIFICAZIONE OPERATIVITÀ DI RILEVAZIONE DATI

Pianificare modalità e tempi per la rilevazione dei dati forniti dalla clientela nel rispetto degli obiettivi desiderati

Grado di complessità 1

2.1 RILEVAZIONE DATI

Raccogliere i dati relativi la soddisfazione della clientela attraverso l'utilizzo di appositi strumenti di rilevazione (es. interviste, recensioni, servizio di feedback tramite email o altri strumenti digitali) nel rispetto delle normative in vigore (es. tutela della privacy)

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

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

- Tipologie di impresa di vendita della piccola distribuzione
- Tipologie merceologiche
- Caratteristiche dei beni in vendita (qualità, prezzo, ecc.)
- Obiettivi aziendali
- Tipologie di clienti e relativo grado di soddisfazione
- Standard di servizio
- Procedure aziendali
- Sistemi e modalità di gestione ed estrapolazione 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 caldo e del freddo

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di comunicazione, anche in lingua straniera
- Tecniche ed operatività di accoglienza ed assistenza al cliente
- Tecniche e tecnologie, anche digitali, a supporto della gestione della merce
- Tecniche promozionali di vendita

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Merci vendute
- Cliente informato, accolto, gestito
- Politiche di fidelizzazione definite ed attuate
- Reclamo gestito
- Percezioni dei clienti rilevate ed elaborate

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie di imprese di vendita
2. L'insieme delle tipologie di clienti
3. L'insieme delle tipologie merceologiche

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di impresa, due tipologie merceologiche (di cui

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

una food) ed almeno due tipologie di clienti realizzazione simulata, anche attraverso role playing, del processo di informazione e vendita

2. Colloquio tecnico relativo alle politiche di fidelizzazione ed alla rilevazione della customer satisfaction

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Effettuare operazioni di cassa ed amministrative quali deposito contanti, emissione di ricevute fiscali, registrazione fatture acquisto, registro vendite, inventario, incasso mediante ticket restaurant, bancomat, carta di credito

1 - OPERATIVITÀ DI CASSA

Grado di complessità 1

1.1 EMISSIONE DOCUMENTO FISCALE

Provvedere all'emissione della documentazione fiscale (es. ricevuta fiscale, fattura) a fronte di un acquisto del cliente, e di una sua eventuale richiesta di fatturazione, utilizzando adeguata strumentazione (es. registratore di cassa telematico RT)

1.1 INCASSO CONTANTI

Incassare, in contanti, il pagamento dell'acquisto del cliente, eventualmente decurtato utilizzando i buoni spesa (es. ticket restaurant)

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)

1.1 INCASSO VIRTUALE

Incassare, a fronte di un acquisto di un cliente, il relativo importo, considerando anche le carte fedeltà, mediante device e un'App (es. QR code, codice a barre)

2 - OPERATIVITÀ AMMINISTRATIVA

Grado di complessità 3

2.3 REGISTRAZIONI CONTABILI

Registrare, digitalmente attraverso l'utilizzo di apposito software o su registri cartacei (es. registri degli acquisti, registro dei corrispettivi/vendite), le operazioni in entrata e in uscita (es. fattura di acquisto, fatture di vendita), aggiornando gli scadenziari, la corrispondenza tra giacenze fisiche e dati contabili (es. inventario), rilevando eventuali difformità o dovuti versamenti

Grado di complessità 2

2.2 RILEVAZIONE DELLE OPERAZIONI DI CASSA

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

Rilevare, utilizzando anche strumenti informatici, i movimenti in entrata e in uscita di cassa nel rispetto delle modalità e delle procedure aziendali e della normativa in vigore (es. prima nota)

Grado di complessità 1

2.1 ARCHIVIAZIONE DOCUMENTI

Archiviare in formato digitale e/o cartaceo i documenti contabili ricevuti / emessi nel rispetto delle procedure aziendali e della normativa in vigore

2.1 ELABORAZIONE DOCUMENTI RESO MERCE

Rilevare il reso del cliente o del punto vendita, e l'eventuale relativa garanzia

2.1 ESECUZIONE DEPOSITO CONTANTI

Provvedere al versamento dell'incasso della giornata sul conto corrente (es. cassa continua, cassaforte intelligente)

2.1 ESECUZIONE PAGAMENTI

Provvedere al pagamento della documentazione fiscale o commerciale, ricevuta o concordata (es. fatture di acquisto merci, canoni affitto, ecc.)

2.1 INVENTARIO FISICO

Conteggiare ogni articolo trattato nel punto vendita in un certo periodo, con il fermo di magazzino, annotando le merci obsolete, danneggiate o avariate e provvedendo all'accertamento merci

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

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

- Tipologie di impresa di vendita della piccola distribuzione
- Tipologie merceologiche
- Tipologie di mezzi e tecnologie di pagamento (incassi per contante, digitali e virtuali)
- Strumenti di rilevazione delle operazioni di cassa e di registrazione contabile
- Standard di servizio
- Procedure aziendali
- 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 caldo e del freddo

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di comunicazione
- Tecniche e tecnologie, anche digitali, a supporto della gestione della merce
- Operatività amministrativa
- Tecniche di rilevazione e gestione contabile operazioni fiscali e commerciali

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Incassi realizzati
- Pagamenti effettuati
- Documenti fiscali e commerciali emessi e ricevuti
- Prima nota aggiornata
- Inventario aggiornato
- Registri fiscali aggiornati

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

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme delle tipologie di imprese di vendita
2. L'insieme delle tipologie di mezzi e tecnologie di pagamento
3. L'insieme delle operazioni amministrative
4. Un set di dati relativi ad operazioni di acquisto, vendita, incasso e pagamento

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

1. Prova prestazionale: sulla base del set dato, realizzazione simulata delle relative operazioni di cassa e contabili
2. Colloquio tecnico relativo alle operazioni di incasso con riferimento ad almeno due tipologie di mezzi e tecnologie di pagamento

ADA.12.01.08 - GESTIONE DEL PUNTO VENDITA NELLA PICCOLA DISTRIBUZIONE

FONTI

Repertorio regionale del FVG

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

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

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

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