

## **RIEPILOGO SCHEDA DI CASO**

**RISULTATO ATTESO 1** - Gestire le relazioni con l'area produzione, concorrendo alla programmazione della produzione, indicando le previsioni di vendita e il portfolio ordini, portando istanze delle particolari esigenze dei clienti

### **CASI ESEMPLIFICATIVI:**

**Dimensione 1** - Previsione delle vendite e del portafoglio ordini: **3 casi**

**Dimensione 2** - Gestione delle relazioni con l'area produzione: **2 casi**

### **RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)**

---

**RISULTATO ATTESO 2** - Coordinare le risorse e le attività della rete di vendita, provvedendo a fornire supporto nella definizione della trattativa, nella redazione dei documenti tecnici, monitorando le performance di vendita e gestendo il sistema informativo

### **CASI ESEMPLIFICATIVI:**

**Dimensione 1** - Organizzazione della rete di vendita: **2 casi**

**Dimensione 2** - Coordinamento della rete di vendita: **5 casi**

**Dimensione 3** - Monitoraggio delle performance di vendita: **2 casi**

### **RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)**

---

## **SCHEDA DI CASO**

**RISULTATO ATTESO 1** - Gestire le relazioni con l'area produzione, concorrendo alla programmazione della produzione, indicando le previsioni di vendita e il portfolio ordini, portando istanze delle particolari esigenze dei clienti

### **1 - PREVISIONE DELLE VENDITE E DEL PORTAFOGLIO ORDINI**

Grado di complessità 2

#### **1.2 ELABORAZIONE DEL PIANO DELLA DOMANDA**

Elaborare il piano della domanda di prodotti gestiti in vendita diretta al fine di offrire il proprio supporto tecnico alla programmazione della produzione, riportando il dettaglio degli ordini confermati e le previsioni sulle future vendite, articolate secondo gli orizzonti temporali stabiliti a livello di strategia aziendale (es. mensile, trimestrale, semestrale).

Grado di complessità 1

#### **1.1 RACCOLTA PORTAFOGLIO ORDINI**

Raccogliere e inserire nel sistema informativo aziendale il dettaglio degli ordini confermati, evidenziando le scadenze pattuite con i clienti, articolati secondo gli orizzonti temporali stabiliti a livello di strategia aziendale (es. mensile, trimestrale, semestrale) nel rispetto dei format aziendali.

#### **1.1 RACCOLTA PREVISIONE DI VENDITA**

Raccogliere e inserire nel sistema informativo aziendale il dettaglio delle previsioni di vendita, evidenziando le scadenze pattuite con i clienti, articolati secondo gli orizzonti temporali stabiliti a livello di strategia aziendale (es. mensile, trimestrale, semestrale) nel rispetto dei format aziendali

### **2 - GESTIONE DELLE RELAZIONI CON L'AREA PRODUZIONE**

Grado di complessità 2

#### **2.2 GESTIONE DELLE CRITICITÀ**

Mediare con l'area produzione la soluzione più idonea al fine di soddisfare i clienti (es. intervenendo sui prodotti già realizzati, realizzando nuovi prodotti in linea con le nuove richieste mettendo in stand-by gli altri in previsione di nuovi ordinativi coerenti) nel caso di situazioni di criticità dovute a richieste tardive rispetto a prodotti già realizzati.

Grado di complessità 1

## ADA.24.04.07 - PROGRAMMAZIONE E MONITORAGGIO DELLA RETE DI VENDITA DIRETTA

### 2.1 GESTIONE DELLE RELAZIONI CON L'AREA PRODUZIONE

Curare le relazioni con l'area della produzione per gestire le istanze relative a particolari esigenze espresse dal cliente in corso di contratto (es. richiesta di variazioni sulle caratteristiche del prodotto ordinato, modifica delle tempistiche di consegna) o relative a rischi di inadempimento (es. ritardi nei pagamenti degli acconti concordati), il tutto finalizzato ad intervenire in tempo sul programma di produzione.

**SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1**

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

- Informazioni relative alla tipologia di prodotti
- Portafoglio ordini
- Previsioni di vendita
- Esigenze specifiche manifestate dai clienti e clausole contrattuali
- Standard di servizio
- Procedure aziendali e normative in vigore
- Sistema informativo a supporto di previsioni di vendita e gestione del portafoglio ordini
- Modelli e strumenti gestione vendite informatizzati

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

- Tecniche, strumenti e canali di comunicazione commerciale
- Tecniche ed operatività dell'elaborazione del piano di domanda

**OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Piano della domanda elaborato
- Portafoglio ordini dei clienti aggiornato
- Relazioni con area produzione gestite

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

**ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. L'insieme delle tipologie di prodotti
2. L'insieme delle tecniche di elaborazione del piano di domanda
3. Un set informativo relativo a stato del portafoglio ordini e previsioni di vendita

**DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di prodotto e del set di caratteristiche date, Impostazione del piano di domanda
2. Colloquio tecnico relativo alla gestione delle relazioni con l'area produzione

## **SCHEDA DI CASO**

**RISULTATO ATTESO 2** - Coordinare le risorse e le attività della rete di vendita, provvedendo a fornire supporto nella definizione della trattativa, nella redazione dei documenti tecnici, monitorando le performance di vendita e gestendo il sistema informativo

### **1 - ORGANIZZAZIONE DELLA RETE DI VENDITA**

Grado di complessità 1

#### **1.1 ORGANIZZAZIONE DELLA FORZA DI VENDITA**

Organizzare le attività della rete di vendita diretta al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali previsti sulla base delle caratteristiche delle risorse afferenti alla forza di vendita.

#### **1.1 ORGANIZZAZIONE DEL SISTEMA INFORMATIVO**

Collaborare nella organizzazione del sistema informativo dell'area commerciale al fine della tenuta sotto controllo delle vendite (es. dati da archiviare, alle modalità di ricerca e visualizzazione delle informazioni, alle funzioni di analisi e reportistica) e delle interazioni con gli altri reparti (es. stato di avanzamento evasione ordini).

### **2 - COORDINAMENTO DELLA RETE DI VENDITA**

Grado di complessità 2

#### **2.2 SUPPORTO NELLE TRATTATIVE**

Supportare i singoli venditori nelle attività relative alle trattative commerciali complesse nei loro aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta, intervenendo se necessario nella trattativa diretta con il cliente o nella stipula dell'accordo finale.

#### **2.2 SUPERVISIONE DEI PROCESSI OPERATIVI**

Supervisionare i processi operativi e i flussi comunicativi tra la forza di vendita e gli altri dipartimenti o aree aziendali al fine di rendere efficaci ed efficienti tutte le azioni commerciali, evitando in ogni modo rischi di inadempimenti contrattuali.

Grado di complessità 1

#### **2.1 COORDINAMENTO DELLA FORZA DI VENDITA**

Coordinare le risorse afferenti alla forza di vendita promuovendo le necessarie azioni sul territorio finalizzate al consolidamento dei clienti esistenti e al potenziamento del portafoglio clienti,

## ADA.24.04.07 - PROGRAMMAZIONE E MONITORAGGIO DELLA RETE DI VENDITA DIRETTA

utilizzando anche supporti informatici

### 2.1 REDAZIONE DOCUMENTI TECNICI

Provvedere alla redazione dei documenti tecnici ed economici, utilizzando anche supporti informatici, da allegare alle offerte aziendali

### 2.1 GESTIONE DEL SISTEMA INFORMATIVO

Provvedere alla gestione del sistema informativo dell'area commerciale al fine di monitorare costantemente gli indicatori relativi l'andamento delle vendite in relazione al raggiungimento degli obiettivi aziendali, intervenendo prontamente qualora gli indicatori non risultassero in linea con le attese

## 3 - MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE DI VENDITA

Grado di complessità 2

### 3.2 ELABORAZIONE DEI PIANI DI MIGLIORAMENTO

Elaborare dei piani di miglioramento della rete di vendita diretta agendo sia sui singoli venditori e sia più in generale sulle strategie di marketing adottate a livello aziendale, a partire dall'analisi dei risultati di vendita e sulla base delle eventuali criticità individuate

Grado di complessità 1

### 3.1 REPORT SULL'EFFICIENZA DELLA RETE DI VENDITA

Monitorare le performance della forza di vendita, producendo report periodici sui risultati generali di vendita in relazione agli obiettivi aziendali stabiliti e sulle quote di vendita dei singoli venditori.

**SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2**

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

- Informazioni relative alla tipologia di prodotti
- Informazioni relativi alla tipologia del target clienti
- Obiettivi commerciali
- Risultati di vendita
- Standard di servizio
- Procedure aziendali e normative in vigore
- Modelli e sistemi di comunicazione e di marketing
- Modelli e strumenti gestione vendite informatizzati
- Sistema informativo aziendale

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

- Tecniche, strumenti e canali di comunicazione commerciale
- Tecniche di vendita
- Metodi e tecniche di organizzazione delle forze di vendita
- Metodi e tecniche di organizzazione del sistema informativo di vendita
- Tecniche ed operatività di coordinamento delle forze di vendita
- Metodi e tecniche di trattativa commerciale
- Tecniche ed operatività di monitoraggio dei processi e delle forze di vendita

**OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Rete di vendita organizzata
- Modelli di documenti tecnici ed economici di vendita elaborati
- Sistema informativo dell'area commerciale definito
- Report performance vendita elaborato
- Criticità delle vendite rilevate

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

**ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. L'insieme delle tipologie di prodotti
2. L'insieme di metodi e tecniche di organizzazione e gestione delle forze di vendita e del relativo sistema informativo
3. Un set di dati relativi a prodotti, mercati, clienti e forze di vendita disponibili

## ADA.24.04.07 - PROGRAMMAZIONE E MONITORAGGIO DELLA RETE DI VENDITA DIRETTA

### DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: per almeno una tipologia di famiglia di prodotto e del set dato, impostazione dell'organizzazione della rete di vendita e del relativo sistema informativo, con indicazione delle caratteristiche della relativa reportistica
2. Colloquio tecnico relativo al coordinamento ed alla gestione delle forze di vendita

### FONTI

- Sisti Marco e Guenzi Paolo, "Gestire le vendite. L'eccellenza nel sales management", Ed. Egea, 2015
- Schede SST presenti nei Repertori di settore del FVG
- Materiali presenti nell'Atlante del lavoro e delle qualificazioni professionali