

## Tecnico per le politiche commerciali

### SETTORE 24. [Area comune](#)

REPERTORIO - Sardegna

#### AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online

#### Tabelle di equivalenza AdA

ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE

Lombardia

ESPERTO GESTIONE AREA VENDITE

Lombardia

Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi

Puglia

Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi

Sardegna

Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi

Toscana

#### Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

#### Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Calabria	2	X	X

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Calabria	2	X	X
Tecnico esperto e-commerce	Campania	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
Responsabile commerciale	Liguria	2	X	X
Tecnico in commercio internazionale	Piemonte	2	X	X
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Puglia	2	X	X
Tecnico specializzato in marketing - Vendite	Sicilia	2	X	X
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Toscana	2	X	X

### Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
EXPORT MANAGER	Abruzzo	1		X
Tecnico del marketing	Basilicata	1	X	
Esperto commerciale-marketing	Campania	1	X	
PIANIFICAZIONE STRATEGICA DELLA RETE DI VENDITA	Friuli Venezia Giulia	1	X	

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
MANAGER PER I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	Lombardia	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA VENDITE	Lombardia	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	1		X
Responsabile dell'attuazione delle politiche commerciali e del coordinamento delle forze di vendita	Puglia	1		X
Tecnico per la divulgazione di un prototipo o di un risultato di ricerca ad alto valore innovativo	Toscana	1	X	
Tecnico dell'export per le PMI	Umbria	1	X	
TECNICO SPECIALIZZATO IN E-COMMERCE	Veneto	1	X	

#### Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Calabria	0		
Tecnico in logistica integrata	Piemonte	0		
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Puglia	0		
Tecnico per le politiche commerciali	Sardegna	0		
Tecnico specializzato in e commerce	Sardegna	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Sardegna	0		
Tecnico specializzato e-commerce	Sicilia	0		
Tecnico specializzato in commercio internazionale	Sicilia	0		
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Toscana	0		
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Toscana	0		

## Competenze

**Titolo: Valutazione dell'andamento di mercato dei propri prodotti/servizi**

**Descrizione: Compire una attenta valutazione del mercato dei propri prodotti/servizi, elaborando conseguenti decisioni di sviluppo del business**

Attività associate alla Competenza

## CONOSCENZE

Tecniche per la qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori

Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità)

Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto

Organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione,

missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica

Tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction

Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto

### ABILITÀ/CAPACITÀ

Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti

Presentare alla direzione dati significativi e proposte di sviluppo del business

Presentare alla direzione dati significativi e proposte di sviluppo del business

Monitorare l'andamento delle vendite della concorrenza

Svolgere e coordinare ricerche sulla soddisfazione dei clienti

Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti

Svolgere e coordinare ricerche sulla soddisfazione dei clienti

### Titolo: Traduzione operativa della strategia commerciale

Descrizione: Interpretare operativamente la strategia commerciale valutando le adeguate tipologie di canale distributivo e di organizzazione della vendita in funzione delle caratteristiche del prodotto e delle modalità di approvvigionamento ed individuando le modalità

### Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online associate:

Risultato atteso:RA1: Provvedere allo sviluppo del piano di vendita, sulla base del piano di marketing, definendo le strategie commerciali e le modalità operative per la loro implementazione, coordinandosi con la funzione marketing

Definizione delle strategie commerciali per la massimizzazione del fatturato di vendita

Individuazione delle soluzioni operative per l'attuazione delle strategie commerciali

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nel monitoraggio dei mercati e nelle stime di previsione delle vendite

Sviluppo del piano di vendita di prodotti/servizi sulla base del piano di marketing

## CONOSCENZE

Organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica

Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale

Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita

Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità)

Sistemi di distribuzione: vendita in franchising per posizionare il prodotto nei canali distributivi

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Valutare la tipologia di canale distributivo, di organizzazione e diversificazione geografica della rete di vendita, tenendo conto delle modalità e dei termini di approvvigionamento

Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti

Individuare modalità di organizzazione, gestione e sviluppo del personale di vendita

Concepire modelli e strutture espositive per il display standard e promozionale dei prodotti/servizi offerti, utilizzando tecniche di trade marketing

**Titolo:** Coordinamento della forza di vendita

**Descrizione:** Assicurare il conseguimento degli obiettivi di vendita fornendo supporto alla forza di vendita, gestendone gli organici ed il budget e verificandone le performance

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online associate:

Risultato atteso:RA1: Provvedere allo sviluppo del piano di vendita, sulla base del piano di marketing, definendo le strategie commerciali e le modalità operative per la loro implementazione, coordinandosi con la funzione marketing

Definizione delle strategie commerciali per la massimizzazione del fatturato di vendita

Individuazione delle soluzioni operative per l'attuazione delle strategie commerciali

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nel monitoraggio dei mercati e nelle stime di previsione delle vendite

Sviluppo del piano di vendita di prodotti/servizi sulla base del piano di marketing

Risultato atteso:RA2: Sviluppare le strategie di acquisizione e di gestione del portfolio clienti, monitorandone l'andamento, valutando il raggiungimento degli obiettivi commerciali e definendo il sistema di incentivazione delle risorse di vendita

Definizione delle politiche di incentivazione della forza di vendita

Sviluppo di strategie per l'acquisizione e la gestione del portafoglio clienti dell'impresa

Valutazione del raggiungimento degli obiettivi commerciali

## CONOSCENZE

Tecniche di empowerment e supporto alla motivazione di vendita

Tecniche di valutazione del potenziale del personale di vendita

Tecniche di analisi economica e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti

Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Supportare lo sviluppo professionale della forza di vendita

Gestire gli organici della rete di vendita

Verificare le performance della forza di vendita

Fornire piani d'azione (obiettivi in termini di fatturato) ed indicazioni operative alla forza di vendita

## Codici ISTAT CP2021 associati

<b>Codice</b>	<b>Titolo</b>
---------------	---------------

2.5.1.5.2	Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)
-----------	--

1.2.3.3.0	Direttori e dirigenti del dipartimento vendite e commercializzazione
-----------	--

<b>Codici ISTAT ATECO associati</b>	
<b>Codice Ateco</b>	<b>Titolo Ateco</b>

82.91.20	Agenzie di informazioni commerciali
----------	-------------------------------------

82.20.00	Attività dei call center
----------	--------------------------

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587