

Tecnico commerciale - marketing

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

REPERTORIO - Lazio

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix)

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing	Basilicata
Esperto commerciale-marketing	Campania
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna
Tecnico commerciale - marketing	Lazio
Tecnico del marketing	Liguria
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia
PRODUCT MANAGER	Lombardia
Tecnico delle attività di marketing	Puglia
Tecnico delle attività di marketing	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DEL MARKETING	Abruzzo	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Calabria	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	2	X	X
Tecnico commerciale - marketing	Lazio	2	X	X
Tecnico del marketing	Liguria	2	X	X
PRODUCT MANAGER	Lombardia	2	X	X
Tecnico del marketing	Piemonte	2	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	2	X	X
Tecnico specializzato in marketing	Sicilia	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Toscana	2	X	X
Tecnico del marketing operativo	Umbria	2	X	X
ESPERTO MARKETING	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico del marketing	Basilicata	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Calabria	1	X	
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Calabria	1	X	
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	1		X
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	1		X
Tecnico delle attività di marketing	Marche	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Puglia	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Toscana	1	X	
Tecnico del marketing turistico	Umbria	1	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Esperto commerciale-marketing	Campania	0		
MARKETING DIGITALE OPERATIVO	Friuli Venezia Giulia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio	0		
SPECIALISTA SEO (SEO SPECIALIST)	Lombardia	0		
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	0		
JUNIOR ASSISTANT MANAGER / MANAGERIN - JAM	Provincia autonoma di Bolzano	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	0		
Tecnico del marketing	Sardegna	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Toscana	0		

ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta

Tabelle di equivalenza AdA

ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE

Lombardia

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Esperto commerciale-marketing	Campania	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile commerciale	Liguria	2	X	X
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	2	X	X
ESPERTO DI COORDINAMENTO DELLE VENDITE	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Calabria	1	X	
Responsabile dell'attuazione delle politiche commerciali e del coordinamento delle forze di vendita	Calabria	1		X
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Calabria	1	X	
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna	1		X
Tecnico commerciale - marketing	Lazio	1		X
COORDINATORE PUNTI VENDITA	Lombardia	1		X
RESPONSABILE RETE DI VENDITA	Lombardia	1		X
ESPERTO GESTIONE AREA VENDITE	Lombardia	1		X
Tecnico commerciale-marketing	Molise	1		X
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Puglia	1	X	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Toscana	1	X	
Responsabile dell'attuazione delle politiche commerciali e del coordinamento delle forze di vendita	Toscana	1		X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico delle attività di vendita	Sardegna	0		

Competenze

Titolo: Conversione operativa strategia commerciale

Descrizione: Conversione operativa strategia commerciale

Obiettivo: Definizione delle modalità di organizzazione e gestione delle vendite, attraverso l'identificazione dei canali distributivi, la gestione del personale di vendita e l'analisi dei report sull'andamento delle vendite

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio

Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di marketing, canali distributivi e promozionali,

prezzi, ecc)

Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.

Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato

Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato

Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato

Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)

Sviluppo e definizione del packaging

Attività dell' AdA ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA2: 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

Coordinamento delle attività relative alla trattative commerciali nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta

Coordinamento delle risorse afferenti alla forza di vendita

Cura della redazione dei documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte

Monitoraggio delle performance e dell'efficienza della rete di vendita

Organizzazione e supervisione della gestione del sistema informativo dell'area commerciale

CONOSCENZE

I sistemi di distribuzione: GDO, vendita in franchising, etc.

Tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti: marketing/sell-in

Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro

Contrattualistica e tutela dei crediti

Norme sulla gestione della qualità ISO 9000 nella versione corrente

Gestione delle relazioni con l'area produzione

Le leve del trade marketing

Sviluppo della rete di vendita

Tecniche di progettazione e implementazione di piani e programmi di lavoro

Tecniche di organizzazione e gestione della rete di vendita

ABILITÀ/CAPACITÀ

Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti
Valutare la tipologia di canale distributivo, di organizzazione e diversificazione geografica della rete vendita, tenendo conto delle modalità e dei termini di approvvigionamento
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: Posizionamento offerta di prodotto/servizio

Descrizione: Posizionamento offerta di prodotto/servizio

Obiettivo: Collocazione nel mercato attraverso la definizione del pricing del prodotto/servizio e definizione del piano di promozione

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.

Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato

Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato

Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato

Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)

Sviluppo e definizione del packaging

Attività dell' AdA ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA1: 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
Gestione delle relazioni con l'area produzione a fronte di eventuali esigenze espresse dal cliente in corso di contratto o di rischi di inadempimento
Supporto tecnico alla programmazione della produzione mediante l'elaborazione del piano della domanda (previsioni delle vendite e portafoglio ordini)

Risultato atteso:RA2: 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
Coordinamento delle attività relative alla trattative commerciali nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta
Coordinamento delle risorse afferenti alla forza di vendita
Cura della redazione dei documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte
Monitoraggio delle performance e dell'efficienza della rete di vendita
Organizzazione e supervisione della gestione del sistema informativo dell'area commerciale

CONOSCENZE

Elementi di base di applicazioni software del sistema Windows e servizi e funzioni internet
La qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori, ecc.
Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale, etc.
Modelli e strumenti di marketing strategico: posizionamento prodotto, ecc.
Terminologia tecnica di settore in lingua inglese
Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing

ABILITÀ/CAPACITÀ

Elaborare dati ed informazioni a supporto della politica prezzi da assumere
Identificare il settore di mercato obiettivo in cui posizionare il prodotto/servizio: nicchia, segmento o mercato allargato
Concepire piani di consolidamento delle quote di mercato già acquisite, nonché di penetrazione in nuovi mercati
Applicare una politica prezzi sostenibile in rapporto alle condizioni di mercato e

di profitto stabilite

Definire e/o collaborare alla definizione del piano di promozione e comunicazione

Titolo: Configurazione offerta di prodotto/servizio

Descrizione: Configurazione offerta di prodotto/servizio

Obiettivo: Definizione delle caratteristiche del prodotto/servizio in funzione della richiesta espressa dal target clienti, valutandone le performance rispetto a qualità attesa e preferenza accordata

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio

Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di marketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)

Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.

Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato

Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato

Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato

Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)

Sviluppo e definizione del packaging

CONOSCENZE

Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati
Modalità di definizione di un target di utenza
Studio del prodotto/servizio in funzione della strategia commerciale
Usi e costumi dei potenziali target di riferimento

ABILITÀ/CAPACITÀ

Tradurre le caratteristiche di maggiore fruibilità del prodotto/servizio in termini di fattori chiave di vendita (key selling factors)
Identificare le caratteristiche proprie del target clienti individuato in funzione del bisogno/obiettivo emerso, esplicitando modalità e finalità di soddisfazione dello stesso
Definire le caratteristiche connotative del prodotto/servizio in coerenza con gli obiettivi di profitto prefissati
Valutare le performance dei prodotti/servizi offerti, in relazione alla qualità attesa ed il livello di preferenza accordato

Titolo: Analisi mercato di riferimento

Descrizione: Analisi mercato di riferimento

Obiettivo: Rilevazione delle caratteristiche del mercato di riferimento attraverso l'identificazione del sistema dei competitor, la rilevazione delle tendenze evolutive e delle spinte motivazionali e delle logiche di comportamento dei consumatori

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio

Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di marketing, canali distributivi e promozionali,

prezzi, ecc)

Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Attività dell' AdA ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA1: 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
Gestione delle relazioni con l'area produzione a fronte di eventuali esigenze espresse dal cliente in corso di contratto o di rischi di inadempimento
Supporto tecnico alla programmazione della produzione mediante l'elaborazione del piano della domanda (previsioni delle vendite e portafoglio ordini)

Risultato atteso:RA2: 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
Coordinamento delle attività relative alla trattative commerciali nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta
Coordinamento delle risorse afferenti alla forza di vendita
Cura della redazione dei documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte
Monitoraggio delle performance e dell'efficienza della rete di vendita
Organizzazione e supervisione della gestione del sistema informativo dell'area commerciale

CONOSCENZE

Elementi di base di statistica ed economia
Metodologie e strumenti di benchmarking
Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati
Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ecc.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Identificare il sistema di offerta dei competitor - sia in termini qualitativi che quantitativi - assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking
Interpretare spinte motivazionali e logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato

Decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: tendenze di prodotto, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, ecc.
Identificare nuove aree geografiche in cui effettuare azioni per l'acquisizione di nuove fette di mercato

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing
3.3.3.4.0	Tecnici della vendita e della distribuzione

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
73.20.00	Ricerche di mercato e sondaggi di opinione
70.10.00	Attività di sedi centrali
70.20.09	Consulenza imprenditoriale e altre attività di consulenza gestionale n.c.a.
82.20.00	Attività dei call center
82.91.20	Attività di raccolta e fornitura di informazioni commerciali e di rating

