

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

 **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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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	

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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 della gestione della lavorazione conto terzi	Toscana	0		
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Toscana	0		

Competenze

Titolo: Assistenza e customer management

Descrizione: Fornire la necessaria assistenza alla clientela monitorandone i comportamenti ed il livello di soddisfazione, per pianificare ed attuare azioni in grado di aumentare il numero ed il grado di soddisfazione dei clienti e di incrementare le vendite

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Tecniche di analisi della soddisfazione del cliente per verificare, e se possibile aumentare, il livello di soddisfazione della clientela
 Normative in materia di garanzia del prodotto per assicurarne il rispetto da parte dell'azienda e delle terze parti coinvolte
 Elementi di psicologia e sociologia dei consumi per favorire una corretta

comprensione dei meccanismi alla base del comportamento della clientela
Tecniche di customer relationship management (CRM) per favorire una rapida, corretta ed efficiente relazione con la clientela ai fini di migliorarne il grado di soddisfazione

Tecniche di web advertising per pubblicizzare in maniera efficace i prodotti ed i servizi offerti utilizzando le potenzialità di Internet

ABILITÀ/CAPACITÀ

Redigere le istruzioni e i manuali d'uso, anche tramite la loro pubblicazione on-line, per facilitare l'utilizzo del sistema da parte degli utenti

Analizzare i dati relativi agli accessi degli utenti e produrre le relative statistiche

Consigliare al cliente operazioni di manutenzione o aggiornamento dei prodotti acquistati per mantenere o migliorare il livello di prestazioni nel tempo

Assicurare il tempestivo aggiornamento dell'applicazione alle mutate condizioni di mercato o a nuove esigenze espresse dalla clientela in forma esplicita o potenziale

Creare ed aggiornare il database dei clienti conservando le informazioni rilevanti in maniera organizzata e con modalità che ne consentano una facile reperibilità

Prevedere modalità di assistenza al cliente in grado di gestirne con efficienza e rapidità i reclami ed aumentarne il livello di soddisfazione complessivo

Verificare il rispetto delle previsioni di legge in materia di garanzia e tutela dei consumatori, anche da parte dei produttori o fornitori dei prodotti venduti

Somministrare questionari di customer's satisfaction ed elaborarne i risultati per monitorare il livello di soddisfazione della clientela

Titolo: Organizzazione delle vendite

Descrizione: Definire le strategie e le scelte relative all'organizzazione delle vendite on line verificando l'opportunità di costituire una rete di vendita in affiancamento e sinergia con il canale online e curando gli aspetti di approvvigionamento e distribuzione de

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Principali scelte di struttura delle reti commerciali per adottare il modello ottimale in termini di rapporto tra costi e benefici

Nozioni di diritto commerciale e tributario applicato alle vendite a distanza, per assicurare il rispetto degli obblighi normativi e fiscali da parte dell'azienda

Strumenti di gestione ed incentivazione delle reti di vendita per incrementare le vendite del prodotto e/o servizio attraverso i canali tradizionali

Tecniche di organizzazione delle reti di vendita di prodotti e/o servizi online per affiancare e potenziare, se necessario, il canale di vendita diretto attraverso la rete

Principi base di logistica applicata alla vendita di prodotti e/o servizi on line per coordinare una efficiente organizzazione della distribuzione del prodotto o servizio al cliente finale

ABILITÀ/CAPACITÀ

Verificare i risultati di vendita, confrontandoli con gli obiettivi e tenendo aggiornati i responsabili aziendali su andamenti e previsioni

Organizzare una rete commerciale, definendone la struttura, gli obiettivi e gli strumenti di incentivazione ai fini di incrementare le vendite del prodotto e/o servizio

Confrontare la struttura ed i risultati della propria rete di vendita con quelli delle reti dei principali concorrenti, per individuare correttivi e possibili miglioramenti organizzativi

Definire un insieme di indicatori di efficacia ed efficienza per monitorare la performance commerciale in relazione ai target di vendita e all'andamento dei mercati di riferimento

Verificare l'efficienza della catena logistica anche in relazione alle possibilità offerte dalla rete esaminando modalità, tempi e costi della spedizione o consegna al cliente finale

Titolo: Definizione del piano di marketing

Descrizione: Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line

Obiettivo: Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere

on line

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Principi di marketing tradizionale per applicare le metodologie classiche adattandole al contesto competitivo del commercio elettronico su Internet
Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo, per una corretta definizione del piano di marketing
Strategie di marketing in rete per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet
Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line per acquisire ulteriori informazioni sulla base delle quali elaborare il piano di marketing
Tecniche di Web marketing al fine di prevedere l'utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line nella definizione del piano di marketing
Tecniche e strumenti di direct marketing su Internet (come profilazione del cliente, pricing on line, advertising on line, promozione via Internet, ecc...) per sfruttare le potenzialità offerte dalla comunicazione on line nella promozione del prodotto/servizio

ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire gli indicatori da monitorare per verificare il successo del piano di marketing nella promozione della soluzione di e-business
Definire il mercato potenziale per la vendita del prodotto/servizio sul Web, anche alla luce delle prevedibili evoluzioni nel tempo, per elaborare il piano di marketing sulla base di previsioni realistiche
Elaborare il piano di marketing da sottoporre all'approvazione dei responsabili aziendali, con la definizione di un marketing mix che preveda l'utilizzo di strumenti tradizionali accanto ad altri innovativi
Operare una segmentazione dei comportamenti di consumo on line per definire la scelta del target di riferimento delle azioni di marketing
Scegliere i canali di comunicazione più appropriati, tra quelli tradizionali e quelli innovativi, per la realizzazione delle azioni previste nel piano di marketing

Titolo: Analisi dei requisiti e del contesto competitivo

Descrizione: Analizzare le possibili alternative organizzative e tecnologiche alla

luce del posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica del mondo Internet, per definire con il responsabile del progetto caratteristiche, obiettivi

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Modelli di rappresentazione formalizzata della realtà e dei processi al fine di rappresentare in maniera unitaria e coerente le entità, le relazioni ed i processi rilevanti per la definizione del modello di soluzione per l'e-business

Tecniche di redazione di un business plan per elaborare il piano di business da sottoporre all'approvazione dei responsabili del progetto e di eventuali soggetti finanziatori

Dinamiche dei mercati di riferimento per operare previsioni su cui basare le analisi del contesto competitivo

Tecniche di analisi del contesto competitivo per verificare il posizionamento dell'azienda e del prodotto/servizio da commercializzare nei confronti dei principali competitori attuali e potenziali

ABILITÀ/CAPACITÀ

Valutare per quali beni e servizi il canale di vendita on line può essere appropriato, tenendo conto del contesto competitivo e degli aspetti normativi correlati alla vendita a distanza

Definire con i responsabili aziendali caratteristiche ed obiettivi della soluzione e-business da realizzare

Definire le strategie di comunicazione del progetto di e-business più appropriate per il raggiungimento degli obiettivi previsti

Analizzare con i responsabili aziendali la realtà ed il contesto competitivo in cui si posizionerà il progetto di e-business

Titolo: Sviluppo dell'applicazione di e-business

Descrizione: Partecipare allo sviluppo del software relativo all'applicazione, verificando la sua adeguatezza al modello di e-business previsto e al raggiungimento degli obiettivi definiti dal piano di marketing e dalle strategie commerciali

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Concetti di base ed architettura di Internet (protocolli, domini, indirizzi, ecc...) per comprendere opportunità e vincoli tecnologici nello sviluppo dell'applicazione di e-business

Concetti di base relativi allo sviluppo di un sito Web mediante strumenti applicativi dedicati, per ridurre costi e tempi di sviluppo

Concetti relativi all'amministrazione di un sito Web per l'e-business al fine di utilizzare al meglio le potenzialità offerte per un'efficiente gestione delle transazioni da strumenti evoluti di amministrazione

Lingua inglese tecnica per comprendere la documentazione tecnica di supporto redatta in inglese

Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali (D. Lgs 196/2003 e s.m.i.) per assicurare il costante rispetto delle disposizioni di legge

Principi di base della sicurezza delle reti informatiche e dei siti Internet per collaborare nello sviluppo delle misure atte ad assicurare un adeguato livello di sicurezza nelle transazioni on line

ABILITÀ/CAPACITÀ

Assicurare il rispetto del piano dei costi, dei tempi e delle risorse necessarie nell'implementazione dell'applicazione di e-business

Garantire la rispondenza delle caratteristiche dell'applicazione di e-business sviluppata alle previsioni del piano di marketing

Testare il livello di facilità e la piacevolezza nell'utilizzo dell'applicazione da parte dell'utente finale, confrontandolo con quello delle applicazioni sviluppate dalla concorrenza

Verificare con i responsabili aziendali del progetto di e-business l'adeguatezza delle caratteristiche del software sviluppato, sollecitando eventuali correzioni e modifiche che si dovessero rendere necessarie

Collaborare nella definizione dell'interfaccia, dei contenuti e delle modalità di navigazione del sito del sito Web dedicato alle applicazioni e-business

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
--------	--------

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

Codice	Titolo
--------	--------

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

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
--------------	--------------

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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved