

EXPORT MANAGER

 SETTORE 24. [Area comune](#)

REPERTORIO - Abruzzo

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing	Basilicata
Esperto nella gestione aziendale	Campania
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE DI SERVIZI	Emilia-Romagna
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE AZIENDALE	Emilia-Romagna
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia
PRODUCT MANAGER	Lombardia
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia
Tecnico delle attività di marketing	Puglia

Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Puglia
Tecnico delle attività di marketing	Toscana
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
TECNICO DEL MARKETING	Abruzzo	3	X	X	X
EXPORT MANAGER	Abruzzo	3	X	X	X
Tecnico delle industrie culturali e creative	Basilicata	3	X	X	X
Tecnico del marketing	Basilicata	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Calabria	3	X	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Calabria	3	X	X	X
Esperto nella gestione aziendale	Campania	3	X	X	X
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE AZIENDALE	Emilia-Romagna	3	X	X	X
TECNICO ESPERTO NELLA GESTIONE DI SERVIZI	Emilia-Romagna	3	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	3	X	X	X
MANAGER DI DISTRETTO COMMERCIALE	Lombardia	3	X	X	X
ESPERTO DI GESTIONE DI COOPERATIVE	Lombardia	3	X	X	X
PRODUCT MANAGER	Lombardia	3	X	X	X
Tecnico esperto nella gestione di servizi	Molise	3	X	X	X
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Molise	3	X	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	3	X	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Puglia	3	X	X	X
Tecnico della promozione e del coordinamento delle reti di imprese - (Manager di reti di imprese)	Sardegna	3	X	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Toscana	3	X	X	X
Responsabile della direzione e del coordinamento delle strategie di marketing e di comunicazione	Toscana	3	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico del marketing operativo	Umbria	3	X	X	X
Tecnico del marketing turistico	Umbria	3	X	X	X
ESPERTO MARKETING	Veneto	3	X	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
MARKETING STRATEGICO	Friuli Venezia Giulia	1			X
MARKETING ANALITICO	Friuli Venezia Giulia	1		X	
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio	1	X		
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	1			X
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	1			X
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	1			X
Tecnico della definizione di strategie di mercato e della pianificazione di azioni di marketing nel settore della pesca	Sicilia	1	X		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico per la divulgazione di un prototipo o di un risultato di ricerca ad alto valore innovativo	Toscana	2	X	X	
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA					
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Responsabile analista di business (Business Analyst)	Calabria	0			
Gestire le attività di social media marketing	Lombardia	0			
ANALISTA DI BUSINESS	Lombardia	0			
Gestire attività SEO e SEM	Lombardia	0			
Esperto analisi di mercato	Sardegna	0			
Tecnico superiore per il marketing e l'internazionalizzazione delle imprese	Sicilia	0			
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 VENDITE				Lombardia	
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE				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 del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Calabria	2	X	X
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	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	
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	1		X
MANAGER PER I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	Lombardia	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA VENDITE	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
----------------	------------	------------	-----	-----

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 specializzato in e commerce	Sardegna	0		
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Sardegna	0		
Tecnico per le politiche commerciali	Sardegna	0		
Tecnico specializzato in commercio internazionale	Sicilia	0		
Tecnico specializzato e-commerce	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: Analizzare il mercato internazionale e selezionare i paesi obiettivo

Obiettivo: Analizzare e selezionare i mercati esteri più attrattivi per il posizionamento dei prodotti e servizi dell'azienda valutandone l'andamento economico, prevedendone evoluzioni e crisi, anticipando le preferenze e le tendenze dei consumatori, monitorando le strategie dei concorrenti

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing associate:

Risultato atteso:RA1: Definire la collocazione ottimale del prodotto/servizio sul mercato e delineare le linee strategiche di evoluzione dello stesso, sulla base dell'analisi del mercato di riferimento e della concorrenza

Analisi delle caratteristiche di mercato sulla base dei dati raccolti dal sistema informativo di marketing

Identificazione dell'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macro-segmentazione)

Risultato atteso:RA2: Identificare e definire gruppi distinti di consumatori, prevedendo la possibilità di sviluppare marketing mix differenziati

Identificazione dei gruppi distinti di consumatori/potenziali acquirenti (micro-segmentazione)

Definizione dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati

Risultato atteso:RA3: Selezionare uno o più segmenti cui rivolgere l'offerta, definendone gli indici di attrattività e valutando la capacità di differenziazione dell'offerta rispetto ad essi

Definizione degli indici di attrattività dei singoli segmenti

Selezione dei segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting)

Definizione dei benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento)

Valutazione della capacità di differenziazione dell'offerta di prodotti/servizi

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

Seconda lingua straniera

Il ruolo strategico e le diverse tipologie di ricerche di mercato

Principi di statistica

Principi e tecniche di analisi quantitativa e qualitativa

Scienze sociali e comportamentali

Tecniche di analisi SWOT

Classificazione e tecniche di consultazione delle fonti

Tecniche di trattamento ed elaborazione dei dati

Tecniche di trattamento ed elaborazione dei dati

Principi e tecniche di marketing strategico e segmentazione

Elementi di Geopolitica

Inglese commerciale

ABILITÀ/CAPACITÀ

Progettare e condurre analisi quali quantitative per effettuare analisi di mercato

Analizzare i mercati esteri per selezionare i mercati obiettivo potenzialmente adatti al posizionamento e alla distribuzione dei prodotti e servizi dell'azienda

Prevedere le evoluzioni e le crisi del mercato internazionale per posizionare\riposizionare l'offerta dell'azienda

Anticipare le preferenze e le tendenze di un determinato mercato estero

Valutare le opportunità di business di un mercato di destinazione esaminando il contesto politico, economico, culturale e normativo

Misurare l'attrattività di un mercato\segmento a cui rivolgere l'offerta in termini di benefici e rischi

Individuare le strategie per fronteggiare i concorrenti reali e potenziali in relazione ai loro punti di forza e di debolezza ed ai vantaggi competitivi dei loro prodotti /servizi

Titolo: Definire le strategie di internazionalizzazione dell'azienda

Obiettivo: Individuare nuove opportunità di business penetrando nuovi mercati

esteri e/o consolidando la presenza in quelli in cui l'azienda già opera ed esporta elaborando una strategia di posizionamento ed un piano di marketing adeguato a ciascun paese di destinazione

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing associate:

Risultato atteso:RA1: Definire la collocazione ottimale del prodotto/servizio sul mercato e delineare le linee strategiche di evoluzione dello stesso, sulla base dell'analisi del mercato di riferimento e della concorrenza

Analisi delle caratteristiche di mercato sulla base dei dati raccolti dal sistema informativo di marketing

Identificazione dell'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macro-segmentazione)

Risultato atteso:RA3: Selezionare uno o più segmenti cui rivolgere l'offerta, definendone gli indici di attrattività e valutando la capacità di differenziazione dell'offerta rispetto ad essi

Definizione degli indici di attrattività dei singoli segmenti

Selezione dei segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting)

Definizione dei benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento)

Valutazione della capacità di differenziazione dell'offerta di prodotti/servizi

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

Seconda lingua straniera

Inglese commerciale

Management, pianificazione e sviluppo strategico per l'internazionalizzazione

L'organizzazione dell'Ufficio Export

Strategie e tecniche di posizionamento e differenziazione nei Mercati Internazionali

Strategie di crescita per l'Internazionalizzazione: penetrazione, sviluppo e diversificazione

Export ed investimenti nei mercati stranieri

Tecniche di Negoziazione Internazionale

Tecniche di Pianificazione e Sviluppo delle Vendite all'Estero

Economia del commercio internazionale e dei mercati monetari e finanziari

Il sistema dei pagamenti internazionali

Tecniche di redazione del business plan per l'Internazionalizzazione

ABILITÀ/CAPACITÀ

Individuare i vantaggi competitivi dell'azienda per posizionare e differenziare l'offerta nei paesi esteri

Modellare le politiche aziendali adeguandole ad un certo mercato

Individuare nuove opportunità di business e definire le strategie di crescita per espandere il campo d'azione dell'azienda presso un determinato numero di mercati esteri

Modificare o sviluppare nuove linee di prodotto o di servizio per facilitare l'introduzione dell'offerta in mercati culturalmente ed economicamente diversi da quello di origine e su misura dei consumatori locali

Individuare tutte le possibili fonti di finanziamento e valutare la sostenibilità economico finanziaria di un progetto di internazionalizzazione

Elaborare e gestire un piano economico e finanziario export indicando obiettivi, tempi, mezzi di attuazione del piano specificando i compiti di ogni figura professionale coinvolta nel progetto export

Coadiuvare a livello decisionale le aziende nella funzione Commerciale e

Marketing affiancando il Management nello sviluppo di canali commerciali e opportunità di mercato ed elaborando un piano di marketing adeguato al paese di destinazione

Far penetrare l'azienda in nuovi mercati e/o consolidare la presenza in quelli in

cui già opera ed esporta individuando i vantaggi competitivi in relazione ai quali differenziare l'offerta massimizzando il ritorno degli investimenti all'estero

Titolo: Curare le attività di commercializzazione e promozione di prodotti e servizi all'estero

Obiettivo: Definire le strategie commerciali ed organizzare le attività di vendita e di promozione all'estero individuando soluzioni commerciali, logistiche e distributive efficaci e mirate per ogni Paese, coordinandosi con le altre aree aziendali e gestendo il portfolio clienti.

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.01 (ex ADA.25.223.719) - Sviluppo del piano strategico di marketing associate:

Risultato atteso:RA2: Identificare e definire gruppi distinti di consumatori, prevedendo la possibilità di sviluppare marketing mix differenziati
Identificazione dei gruppi distinti di consumatori/potenziati acquirenti (micro-segmentazione)

Definizione dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati

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

Seconda lingua straniera

Inglese commerciale

Contrattualistica e diritto Internazionale

Documenti e certificati per il commercio internazionale

Classificazione merceologica ed etichettatura

Logistica e trasporti intermodali

Aspetti e adempimenti fiscali e doganali del commercio internazionale

Regole e adempimenti di E-business e E-commerce

Incoterms e linguaggio di settore

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione

Strategie di branding internazionale

Principi e tecniche di Web e Social media marketing

Teorie e Tecniche di comunicazione efficace

Tecniche di negoziazione e intermediazione

Tecniche di vendita e di promozione B2B e B2C

Tecniche di organizzazione e gestione della rete vendita nei mercati esteri

Strategie e tecniche di co -marketing

Tecniche di Trade marketing

Tecniche di in- store marketing e trade promotion

Tecniche di fidelizzazione ed incentivazione

Tecniche di gestione e motivazione delle risorse umane

ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire obiettivi di vendita nel medio e lungo periodo

Definire un piano di azione commerciale bilanciando gli obiettivi alle dotazioni strumentali, finanziarie ed umane a dell'azienda

Organizzare e gestire piani di marketing mix di prodotti o linee di prodotti differenti in relazione ai gruppi di consumatori selezionati

Utilizzare la strumentazione finanziaria a supporto di iniziative di scambio commerciale

Analizzare i contratti di compravendita internazionale e individuare soluzioni commerciali e logistiche efficaci

Organizzare la rete di distribuzione del prodotto/servizio all'estero definendo canali e termini di approvvigionamento e prevedendo, se necessario, modalità di distribuzione e condizioni di vendita diversificate per ogni territorio

Monitorare il conseguimento degli obiettivi commerciali in relazione ai paesi di

destinazione selezionati individuando, se necessario, eventuali azioni correttive o riprogettando le scelte commerciali

Definire indirizzi strategici ed operativi per supportare la rete vendita nella implementazione delle attività di commercializzazione

Individuare iniziative commerciali di distribuzione per aumentare la quota di mercato ed incrementare il fatturato aziendale

Definire le attività di in-store marketing per massimizzare la visibilità del prodotto all'interno del punto vendita

Individuare e sviluppare soluzioni di e-business ed e-commerce per incrementare le vendite

Individuare iniziative di web marketing e social media marketing per la promozione commerciale di prodotti e servizi all'estero

Contribuire alla definizione ed alla implementazione delle indicazioni strategiche ed operative del piano di comunicazione integrata per promuovere e consolidare l'immagine e l'offerta aziendale sui mercati esteri nel rispetto delle strategie di marketing definite

Comunicare in modo efficace con aziende e partner locali per instaurare partnership strategiche e stipulare accordi commerciali e istituzionali vantaggiosi

Gestire ed incrementare il portafoglio clienti in qualità di importatori, distributori, clienti diretti

Definire le linee guida per la formazione del trade in riferimento alle caratteristiche dei prodotti\servizi e alle strategie e tecniche di vendita individuate

Definire le politiche di incentivazione della forza vendita

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
2.5.1.5.4	Analisti di mercato
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

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
70.22.09	Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale
73.20.00	Ricerche di mercato e sondaggi di opinione
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