

Dettaglio Qualificazione | Atlante Lavoro | INAPP

Responsabile della programmazione delle attività di vendita/acquisto e della gestione delle attività di marketing e comunicazione di un'area merceologica

SETTORE 12. Servizi di distribuzione commerciale REPERTORIO - Toscana

AdA associate alla Qualificazione

ADA.12.02.01 (ex ADA.18.203.659) - Realizzazione delle attività di intermediazione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari

Tabelle di equivalenza AdA

TECNICO COMMERCIALE DELLE VENDITE	Piemonte
Tecnico delle attività di vendita di prodotti e soluzioni IT	Puglia
Tecnico delle attività di vendita	Puglia
Tecnico delle attività di vendita di prodotti e soluzioni IT	Toscana
Tecnico delle attività di vendita	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
TECNICO DELLA GESTIONE DEI RAPPORTI COMMERCIALI CON I CLIENTI PER LA VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI	Abruzzo	3	Χ	X	X



Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico delle attività di vendita di prodotti e soluzioni IT	Calabria	3	Х	Х	Χ
Tecnico delle attività di vendita	Calabria	3	Х	Χ	Х
Tecnico delle vendite	Lazio	3	Х	Χ	Х
AGENTE DI AFFARI IN MEDIAZIONE	Liguria	3	Х	Χ	Х
Agente di commercio (venditore)	Liguria	3	Х	Χ	Х
Specialista degli scambi internazionali	Lombardia	3	Х	Х	Χ
TECNICO COMMERCIALE DELLE VENDITE	Piemonte	3	Х	Χ	Х
Tecnico delle attività di vendita di prodotti e soluzioni IT	Puglia	3	Х	Χ	Х
Tecnico delle attività di vendita	Puglia	3	Х	Χ	Х
TECNICO COMMERCIALE DELLE VENDITE	Sicilia	3	Х	Х	Х
Tecnico delle attività di vendita	Toscana	3	Х	Χ	Х
Tecnico delle attività di vendita di prodotti e soluzioni IT	Toscana	3	Х	Х	Х
Tecnico della distribuzione commerciale	Umbria	3	Х	Χ	Х
GROSSISTA	Veneto	3	Χ	Χ	Χ

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA



Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Responsabile della programmazione delle attività di vendita/acquisto e della gestione delle attività di marketing e comunicazione di un'area merceologica	Calabria	1	X		
Tecnico della programmazione, organizzazione e conduzione di trattative di vendita di auto e/o motocicli	Calabria	2	Х	Х	
Tecnico della gestione di rapporti commerciali con i clienti per la vendita di prodotti e/o servizi	Calabria	2	Х	Х	
TECNICO DELLE VENDITE	Emilia-Romagna	2	Χ	Χ	
Tecnico delle vendite	Molise	2	Χ	Χ	
Tecnico della gestione di rapporti commerciali con i clienti per la vendita di prodotti e/o servizi	Puglia	2	Х	Х	
responsabile della programmazione delle attività di vendita/acquisto e della gestione delle attività di marketing e comunicazione di un'area merceologica	Puglia	1	Х		
Tecnico della programmazione, organizzazione e conduzione di trattative di vendita di auto e/o motocicli	Puglia	2	X	Х	
Tecnico della gestione di rapporti commerciali con i clienti per la vendita di prodotti e/o servizi	Toscana	2	Х	X	



Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico della programmazione, organizzazione e conduzione di trattative di vendita di auto e/o motocicli	Toscana	2	Х	X	
Responsabile della programmazione delle attività di vendita/acquisto e della gestione delle attività di marketing e comunicazione di un'area merceologica	Toscana	1	X		
Tecnico delle vendite	Umbria	2	Χ	Χ	
TECNICO DI BACK OFFICE COMMERCIALE ESTERO	Veneto	1		Χ	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Tecnico delle vendite	Campania	0			

Competenze

Titolo: Programmazione delle attività di vendita e merchandising dei prodotti dell'area merceologica di riferimento

Descrizione: Programmare le attività di vendita e merchandising dei prodotti dell'area merceologica di riferimento al fine di massimizzare le vendite dei prodotti appartenenti alla categoria di propria competenza

Attività associate alla Competenza



Attivitá dell' AdA ADA.12.02.01 (ex ADA.18.203.659) - Realizzazione delle attività di intermediazione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari associate:

Risultato atteso:RA1: Definire il piano commerciale territoriale di vendita, intercettando e sviluppando il portfolio clienti ed avendo cura di predisporre report per la promozione delle vendite sul territorio

Definizione del piano commerciale territoriale di vendita

Intercettazione e sviluppo del portfolio clienti in base alle esigenze emergenti sul territorio

Predisposizione di report per la promozione delle vendite sul territorio

CONOSCENZE

Elementi di informatica e utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc...)

Tecniche di comunicazione interpersonale per la gestione dei rapporti interpersonali con colleghi, superiori, fornitori e Clienti

Tecniche di pricing al fine di determinare i prezzi e analizzare il posizionamento dei prodotti

Tecniche di gestione del display in una logica di category management al fine di implementare un modello di allocazione dello spazio espositivo

Tecniche di merchandising al fine di comporre il miglior assortimento in termini reddituali e di comunicazione visuale verso il Cliente

Elementi di analisi economica-finanziaria per l'analisi di bilancio e la valutazione di budget revisionali e consuntivi

ABILITÀ/CAPACITÀ

Determinare i prezzi di vendita dei prodotti in un'ottica di categoria e non di referenza singola

Partecipare alla definizione degli obiettivi di fatturato e monitorarne periodicamente il conseguimento

Pianificare la disposizione delle merci negli spazi di vendita nel rispetto dei criteri di analisi degli spazi, allocazione a scaffale e ristrutturazione dei display, e controllarne l'esecuzione

Gestire i flussi informativi necessari al coordinamento dei rapporti con il personale della vendita nei punti vendita, con le aziende produttrici così come i rapporti interni con la produzione/acquisti e con il responsabile della comunicazione

Utilizzare le tecniche di valutazione della performance del cluster dei prodotti (cross category analysis) al fine di analizzare i dati del trend di vendita per comunicarli alle aziende produttrici



Titolo: Programmazione delle attività di acquisto e degli assortimenti

Descrizione: Programmare le attività di acquisto e gli assortimenti al fine di costruire assortimenti mirati per cluster di punti vendita

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.12.02.01 (ex ADA.18.203.659) - Realizzazione delle attività di intermediazione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari associate:

Risultato atteso:RA3: Gestire gli aspetti logistico-organizzativi delle consegne predisponendo gli assortimenti della merce e controllando la riscossione dei pagamenti

Formazione degli assortimenti e consegna della merce Gestione delle consegne (tempi, luoghi e modalità) Riscossione e controllo dei pagamenti

CONOSCENZE

Principali software applicativi di gestione degli acquisti per ottimizzare le procedure di acquisto

Metodi di certificazione e qualificazione dei fornitori per assicurare un rapporto fornitori-partner che risponda agli indicatori di qualità stabiliti dall'azienda Tecniche di comunicazione e negoziazione per la gestione dei rapporti con i fornitori

Tecniche e strumenti per la predisposizione degli ordini e per la relazione con i fornitori (brokeraggio)

Elementi di supply chain management al fine di riconoscere i vantaggi e i rischi derivanti dalla partnership e provvedere alla pianificazione strategica della logistica

Elementi di analisi economica-finanziaria per l'analisi di bilancio e la valutazione di budget revisionali e consuntivi

Principi e modelli di gestione degli acquisti e relative norme di transazione commerciale per gestire in maniera aggregata ordini di approvvigionamento e di acquisto

Caratteristiche tecniche, fasce di prezzo e qualità delle gamme di prodotti offerti



ABILITÀ/CAPACITÀ

Sviluppare piani integrati di business al fine di individuare gli obiettivi economici e strategici di marketing della categoria in funzione dei parametri di marketing dell'azienda

Prendere decisioni operative, sulla base dell'analisi dei dati, sui prezzi di vendita, sugli assortimenti, sulle promozioni e sugli spazi lineari da assegnare alla categoria e ai fornitori

Verificare le coerenze assortimentali e di prezzo sulla base delle politiche di marketing di categoria

Individuare le rotazioni medie di esposizione ottenute nella categoria dai vari fornitori, al fine di assegnare la quota di spazio ai fornitori coerente con la loro quota di mercato nell'azienda

Controllare la consistenza delle scorte, garantendo la costante presenza dei prodotti sugli scaffali

Negoziare con i fornitori per contrattare e stabilire le condizioni di acquisto Definire l'assortimento dei prodotti della categoria e, se occorre, modificarlo secondo gli standard definiti

Selezionare i prodotti che verranno posizionati nei reparti per la vendita al pubblico in coerenza al piano strategico di categoria

Costruire un piano strategico di categoria al fine di predisporre azioni individuate in collaborazione con i fornitori

Titolo: Gestione delle attività di marketing e comunicazione

Descrizione: Gestire le attività di marketing e comunicazione al fine di individuare e programmare le attività promozionali rispondenti all'area merceologica di riferimento

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.12.02.01 (ex ADA.18.203.659) - Realizzazione delle attività di intermediazione commerciale di prodotti alimentari e non alimentari associate:

Risultato atteso:RA2: Gestire tutti gli aspetti delle trattative di vendita predisponendo i preventivi/proposte di servizi o prodotti, fornendo informazioni sugli stessi o su eventuali promozioni, ed avendo, inoltre, cura di predisporre i contratti, trasmettendo e monitorando gli ordini alle società di distribuzione Gestione delle trattative di vendita (es: predisposizione dei contratti,



trasmissione degli ordini alla società di distribuzione rappresentata, monitoraggio degli ordini, ecc.)

Informazione e promozione delle vendite per orientare il cliente nella scelta Redazione di preventivi e/o proposta di servizi o prodotti al cliente

CONOSCENZE

Elementi di information technology per l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione per la gestione integrata dei dati e della comunicazione ai Clienti interni/esterni

Approcci e tecniche di customer relationship management al fine di implementare politiche di acquisizione e fidelizzazione dei Clienti Tecniche di analisi della domanda e della concorrenza al fine di definire strategie competitive e di posizionamento dell'offerta Metodologie e tecniche di analisi della psicologia dei consumi mediante l'utilizzo degli strumenti di lettura degli acquisti (scanner, carte di credito, fidelity card, ecc.) al fine di comprendere i meccanismi di acquisto della clientela Metodologie e tecniche di analisi dell'andamento del mercato e dei prodotti per evidenziare aree di rischio o di opportunità legate a prodotti/categorie Elementi e tecniche di marketing e micromarketing, in particolare di retailing marketing mix, al fine di predisporre promozioni personalizzate al cluster di categoria di prodotti

Caratteristiche tecniche, fasce di prezzo e qualità delle gamme di prodotti offerti

ABILITÀ/CAPACITÀ

Monitorare i beni di largo consumo proposti dai produttori per evidenziarne le caratteristiche in merito al rapporto prezzo/qualità

Analizzare i dati sulle varie leve di prezzo, assortimento, promozioni di un'area merceologica, delle categorie di prodotti, delle marche o di un singolo prodotto per comprendere l'evoluzione di alcune categorie di prodotti nel tempo, i prezzi medi, o le pressioni promozionali in relazione alle evoluzioni di mercato Progettare le attività promozionali mirate e personalizzate secondo la definizione per cluster di consumatori, controllandone l'andamento Definire categorie e sotto-categorie di prodotti che il consumatore vede fungibili o complementari tra loro per la sua funzione d'uso o bisogno identificato per implementare la gestione delle stesse come unità fondamentali di business Analizzare i dati emersi dalle analisi al fine di rilevare regolarità di comportamenti di acquisto per progettare attività promozionali mirate Utilizzare gli strumenti predisposti dal settore marketing per il monitoraggio dei comportamenti di consumo dei Clienti con l'ausilio di strumenti tecnologici (carte fedeltà, ecc.), cooperando con agenzie di ricerche di mercato



Codici ISTAT CP2	021 associati	
Codice	Titolo	
3.3.4.6.0	Rappresentanti di commercio	
3.3.4.2.0	Agenti di commercio	
3.3.4.3.0	Agenti concessionari	

Codice Ateco	Titolo Ateco
46.17.01	Agenti e rappresentanti di prodotti ortofrutticoli freschi, congelati e surgelati
46.17.02	Agenti e rappresentanti di carni fresche, congelate, surgelate, conservate e secche; salumi
46.17.03	Agenti e rappresentanti di latte, burro e formaggi
46.17.04	Agenti e rappresentanti di oli e grassi alimentari: olio d'oliva e di semi, margarina ed altri prodotti similari
46.17.05	Agenti e rappresentanti di bevande e prodotti similari
46.17.06	Agenti e rappresentanti di prodotti ittici freschi, congelati, surgelati e conservati e secchi
46.17.07	Agenti e rappresentanti di altri prodotti alimentari (incluse le uova e gli alimenti per gli animali domestici); tabacco
46.17.08	Procacciatori d'affari di prodotti alimentari, bevande e tabacco
46.17.09	Mediatori in prodotti alimentari, bevande e tabacco
45.11.02	Intermediari del commercio di autovetture e di autoveicoli leggeri (incluse le agenzie di compravendita)
45.19.02	Intermediari del commercio di altri autoveicoli (incluse le agenzie di compravendita)



Codice Ateco	Titolo Ateco
45.31.02	Intermediari del commercio di parti ed accessori di autoveicoli
45.40.12	Intermediari del commercio di motocicli e ciclomotori
45.40.22	Intermediari del commercio di parti ed accessori di motocicli e ciclomotori
46.12.01	Agenti e rappresentanti di carburanti, gpl, gas in bombole e simili; lubrificanti
46.12.02	Agenti e rappresentanti di combustibili solidi
46.12.03	Agenti e rappresentanti di minerali, metalli e prodotti semilavorati (esclusi i metalli preziosi)
46.12.04	Agenti e rappresentanti di prodotti chimici per l'industria
46.12.05	Agenti e rappresentanti di prodotti chimici per l'agricoltura (inclusi i fertilizzanti)
46.12.06	Procacciatori d'affari di combustibili, minerali, metalli (esclusi i metalli preziosi) e prodotti chimici
46.12.07	Mediatori in combustibili, minerali, metalli (esclusi i metalli preziosi) e prodotti chimici
46.13.01	Agenti e rappresentanti di legname, semilavorati in legno e legno artificiale
46.13.02	Agenti e rappresentanti di materiale da costruzione (inclusi gli infissi e gli articoli igienico-sanitari); vetro piano
46.13.03	Agenti e rappresentanti di apparecchi idraulico-sanitari, apparecchi ed accessori per riscaldamento e condizionamento e altri prodotti similari (esclusi i condizionatori per uso domestico)
46.13.04	Procacciatori d'affari di legname e materiali da costruzione
46.13.05	Mediatori in legname e materiali da costruzione
46.18.11	Agenti e rappresentanti di carta e cartone (esclusi gli imballaggi; articoli di cartoleria e cancelleria)
46.18.12	Agenti e rappresentanti di libri e altre pubblicazioni (inclusi i relativi abbonamenti)
46.18.13	Procacciatori d'affari di prodotti di carta, cancelleria, libri



Codice Ateco	Titolo Ateco
46.18.14	Mediatori in prodotti di carta, cancelleria, libri
46.18.21	Agenti e rappresentanti di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, materiale elettrico per uso domestico
46.18.22	Agenti e rappresentanti di apparecchi elettrodomestici
46.18.23	Procacciatori d'affari di prodotti di elettronica
46.18.24	Mediatori in prodotti di elettronica
46.18.31	Agenti e rappresentanti di prodotti farmaceutici; prodotti di erboristeria per uso medico
46.18.32	Agenti e rappresentanti di prodotti sanitari ed apparecchi medicali, chirurgici e ortopedici
46.18.33	Agenti e rappresentanti di prodotti di profumeria e di cosmetica (inclusi articoli per parrucchieri); prodotti di erboristeria per uso cosmetico
46.18.34	Procacciatori d'affari di prodotti farmaceutici e di cosmetici
46.18.35	Mediatori in prodotti farmaceutici e cosmetici
46.18.91	Agenti e rappresentanti di attrezzature sportive; biciclette
46.18.92	Agenti e rappresentanti di orologi, oggetti e metalli preziosi
46.18.93	Agenti e rappresentanti di articoli fotografici, ottici e prodotti simili; strumenti scientifici e per laboratori di analisi
46.18.94	Agenti e rappresentanti di saponi, detersivi, candele e prodotti simili
46.18.95	Agenti e rappresentanti di giocattoli
46.18.96	Agenti e rappresentanti di chincaglieria e bigiotteria
46.18.97	Agenti e rappresentanti di altri prodotti non alimentari nca (inclusi gli imballaggi e gli articoli antinfortunistici, antincendio e pubblicitari)
46.18.98	Procacciatori d'affari di attrezzature sportive, biciclette e altri prodotti nca
46.18.99	Mediatori in attrezzature sportive, biciclette e altri prodotti nca
46.19.01	Agenti e rappresentanti di vari prodotti senza prevalenza di alcuno



Codice Ateco	Titolo Ateco
46.19.02	Procacciatori d'affari di vari prodotti senza prevalenza di alcuno
46.19.03	Mediatori in vari prodotti senza prevalenza di alcuno
46.14.01	Agenti e rappresentanti di macchine, attrezzature ed impianti per l'industria ed il commercio; materiale e apparecchi elettrici ed elettronici per uso non domestico
46.14.02	Agenti e rappresentanti di macchine per costruzioni edili e stradali
46.14.03	Agenti e rappresentanti di macchine ed attrezzature per ufficio
46.14.04	Agenti e rappresentanti di macchine ed attrezzature per uso agricolo (inclusi i trattori)
46.14.05	Agenti e rappresentanti di navi, aeromobili e altri veicoli (esclusi autoveicoli, motocicli, ciclomotori e biciclette)
46.14.06	Procacciatori d'affari di macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili, macchine agricole, macchine per ufficio e computer
46.14.07	Mediatori in macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili, macchine agricole, macchine per ufficio e computer
68.10.00	Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri
68.20.01	Locazione immobiliare di beni propri
68.20.02	Affitto di aziende
46.15.01	Agenti e rappresentanti di mobili in legno, metallo e materie plastiche
46.15.02	Agenti e rappresentanti di articoli di ferramenta e di bricolage
46.15.03	Agenti e rappresentanti di articoli casalinghi, porcellane, articoli in vetro eccetera
46.15.04	Agenti e rappresentanti di vernici, carte da parati, stucchi e cornici decorativi
46.15.05	Agenti e rappresentanti di mobili e oggetti di arredamento per la casa in canna, vimini, giunco, sughero, paglia; scope, spazzole, cesti e simili
46.15.06	Procacciatori d'affari di mobili, articoli per la casa e ferramenta
46.15.07	Mediatori in mobili, articoli per la casa e ferramenta



Codice Ateco	Titolo Ateco
46.16.01	Agenti e rappresentanti di vestiario ed accessori di abbigliamento
46.16.02	Agenti e rappresentanti di pellicce
46.16.03	Agenti e rappresentanti di tessuti per abbigliamento ed arredamento (incluse merceria e passamaneria)
46.16.04	Agenti e rappresentanti di camicie, biancheria e maglieria intima
46.16.06	Agenti e rappresentanti di pelletteria, valige ed articoli da viaggio
46.16.05	Agenti e rappresentanti di calzature ed accessori
46.16.07	Agenti e rappresentanti di articoli tessili per la casa, tappeti, stuoie e materassi
46.16.08	Procacciatori d'affari di prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle
46.16.09	Mediatori in prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle
82.99.20	Agenzie di distribuzione di libri, giornali e riviste

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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved