

Dettaglio Qualificazione | Atlante Lavoro | INAPP

# Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti

SETTORE 13. <u>Servizi finanziari e assicurativi</u>

**REPERTORIO - Toscana** 

#### AdA associate alla Qualificazione

ADA.13.02.07 (ex ADA.15.265.911) - Gestione e sviluppo commerciale

## Tabelle di equivalenza AdA

Sezione in aggiornamento

## Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

## Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Puglia	1	Χ
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Toscana	1	X

# Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Ouglifications	Danastasia	DA conorti	DA1
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1

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

Sezione in aggiornamento

ADA.13.02.08 (ex ADA.15.265.912) - Supporto alla rete distributiva di intermediari e vendita diretta



# Tabelle di equivalenza AdA

Sezione in aggiornamento

## Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

# Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione Repertorio RA coperti RA1 RA2 RA3

# Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione Repertorio RA coperti RA1 RA2 RA3

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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Puglia	0			
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Toscana	0			

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

# Tabelle di equivalenza AdA

TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia
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 del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Calabria	2	Х	X
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Calabria	2	Х	X
Tecnico esperto e-commerce	Campania	2	Х	X
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	2	Χ	X
Responsabile commerciale	Liguria	2	Χ	X
Tecnico in commercio internazionale	Piemonte	2	Χ	Χ
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Puglia	2	Х	X
Tecnico specializzato in marketing - Vendite	Sicilia	2	Х	Х



Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi	Toscana	2	Χ	Х

# Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Repertorio  Abruzzo  Basilicata  Campania	RA coperti  1	RA1	RA2
Basilicata		V	Χ
	1	V	
Campania		Χ	
	1	Χ	
Lombardia	1	Χ	
Lombardia	1		Х
Lombardia	1	Х	
Puglia	1		Х
Toscana	1	Х	
Umbria	1	Χ	
Veneto	1	Χ	
	Umbria	Umbria 1	Umbria 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 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: Azioni di sviluppo commerciale e di sostegno alla motivazione personale dei venditori

Descrizione: Curarela realizzazione, nel territorio di competenza, delle politiche commerciali dell'impresa nel rispetto degli obiettivi di redditività,individuando le azioni correttive e di sviluppo necessarie, diffondendo le pratiche di successo e mantenendo la moti



## Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.13.02.07 (ex ADA.15.265.911) - Gestione e sviluppo commerciale associate:

Risultato atteso:RA1: Predisporre il piano di azioni commerciali per ciascun canale distributivo e i piani di comunicazione specifici, definendo le azioni a supporto della rete distributiva per il perseguimento dei risultati commerciali attesi, avendo implementato i relativi piani di incentivazione

Definizione del piano di azioni commerciali per canale distributivo Elaborazione dei piani di comunicazione

Implementazione dei piani di incentivazione per la rete distributiva Definizione della azioni di supporto alla rete distributiva per il perseguimento dei risultati commerciali attesi

Attivitá dell' AdA ADA.13.02.08 (ex ADA.15.265.912) - Supporto alla rete distributiva di intermediari e vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA1: Supportare l'azione commerciale della rete distributiva di intermediari, fornendo affiancamento tecnico specialistico e commerciale per la proposizione di prodotti e servizi e supporto per le attività di comunicazione e marketing operativo, anche organizzando campagne e gare di vendita Affiancamento tecnico sui prodotti e servizi

Supporto per la proposizione commerciale di prodotti e servizi Supporto per attività di comunicazione e marketing operativo Organizzazione di campagne e gare di vendita

#### **CONOSCENZE**

Metodi e strumenti per gestire l'informazione e la comunicazione nei gruppiper ottimizzare il lavoro di gruppo e lo scambio di informazioni sui comportamenti di successo

Metodi di risoluzione dei problemi e di assunzione di decisioniper affrontare i fattori critici nell'attività di vendita e individuare le soluzioni

Elementi di psicologia per la gestione dello stress: sostegno, controllo delle emozioni, gestione dell'ansiaper la gestione del clima nel gruppo e il supporto individuale ai venditori

Elementi di psicologia dei rapporti interpersonali: illustrazione della visione ed espressione delle idee, ascolto profondo, apertura, orientamento e modalità di lavoro di gruppoper la gestione della relazione con il gruppo dei venditori supportati e coor

Teorie della motivazione e del rinforzoper individuare leve e spinte personali al raggiungimento di obiettivi di crescita valorizzando l'apprendimento di comportamenti di successo

Tecniche di negoziazioneper l'assegnazione e la discussione con i venditori e gli



agenti degli obiettivi di vendita e per la contrattazione dei contenuti delle convenzioni aziendali

Tecniche di simulazione e costruzione di modelliper la valutazione della redditività delle azioni di vendita e per la comparazione e scelta tra programmi e schemi di azione alternativi

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Negoziaregli obiettivi di vendita con la rete agenziale per realizzare una corretta ripartizione territoriale degli obiettivi contenuti nel programma commerciale dell'impresa mandante

Realizzareiniziative promozionali a carattere locale, in collaborazione con il gruppo di venditori, dipendenti o autonomi, che opera nella zona finalizzate al conseguimento degli obiettivi di sviluppo contenuti nel programma commerciale dell'impresa

Seguirela realizzazione delle iniziative commerciali centralizzate da parte dei punti vendita, incluso le azioni di riforma centralizzate

Fornireassistenza agli agenti per la stipula di convenzioni aziendali per aumentare le opportunità del mercato locale e favorire lo sviluppo delle potenzialità della relazione commerciale già in atto con le aziende clienti Programmarel'attività dei venditori diretti coordinandone l'impegno e verificandone i risultati, al fine di assicurarne l'apporto previsto alla realizzazione del programma commerciale di zona, sostenendone la motivazione e individuando le azioni correttive da realizzare in caso di scostamento dai risultati attesi

Supportarele attività agenziali rivolte alla definizione di obiettivi, alla verifica dell'attuazione dei piani di lavoro e al controllo dei risultati dei collaboratori di vendita

Supportarele agenzie nella definizione ed uso di indicatori e modelli di simulazione dei costi e della redditività dell'azione di vendita, al fine di valutare la convenienza operativa dei programmi di crescita commerciale e organizzativa predisposti e realizzati

Negoziaregli obiettivi di vendita con la rete agenziale per realizzare una corretta ripartizione territoriale degli obiettivi contenuti nel programma commerciale dell'impresa mandante

Realizzareiniziative promozionali a carattere locale, in collaborazione con il gruppo di venditori, dipendenti o autonomi, che opera nella zona finalizzate al conseguimento degli obiettivi di sviluppo contenuti nel programma commerciale dell'impresa

Seguirela realizzazione delle iniziative commerciali centralizzate da parte dei punti vendita, incluso le azioni di riforma centralizzate

Fornireassistenza agli agenti per la stipula di convenzioni aziendali per aumentare le opportunità del mercato locale e favorire lo sviluppo delle potenzialità della relazione commerciale già in atto con le aziende clienti Programmarel'attività dei venditori diretti coordinandone l'impegno e



verificandone i risultati, al fine di assicurarne l'apporto previsto alla realizzazione del programma commerciale di zona, sostenendone la motivazione e individuando le azioni correttive da realizzare in caso di scostamento dai risultati attesi

Supportarele attività agenziali rivolte alla definizione di obiettivi, alla verifica dell'attuazione dei piani di lavoro e al controllo dei risultati dei collaboratori di vendita

Supportarele agenzie nella definizione ed uso di indicatori e modelli di simulazione dei costi e della redditività dell'azione di vendita, al fine di valutare la convenienza operativa dei programmi di crescita commerciale e organizzativa predisposti e realizzati

Negoziaregli obiettivi di vendita con la rete agenziale per realizzare una corretta ripartizione territoriale degli obiettivi contenuti nel programma commerciale dell'impresa mandante

Realizzareiniziative promozionali a carattere locale, in collaborazione con il gruppo di venditori, dipendenti o autonomi, che opera nella zona finalizzate al conseguimento degli obiettivi di sviluppo contenuti nel programma commerciale dell'impresa

Seguirela realizzazione delle iniziative commerciali centralizzate da parte dei punti vendita, incluso le azioni di riforma centralizzate

Fornireassistenza agli agenti per la stipula di convenzioni aziendali per aumentare le opportunità del mercato locale e favorire lo sviluppo delle potenzialità della relazione commerciale già in atto con le aziende clienti Programmarel'attività dei venditori diretti coordinandone l'impegno e verificandone i risultati, al fine di assicurarne l'apporto previsto alla realizzazione del programma commerciale di zona, sostenendone la motivazione e individuando le azioni correttive da realizzare in caso di scostamento dai risultati attesi

Supportarele attività agenziali rivolte alla definizione di obiettivi, alla verifica dell'attuazione dei piani di lavoro e al controllo dei risultati dei collaboratori di vendita

Supportarele agenzie nella definizione ed uso di indicatori e modelli di simulazione dei costi e della redditività dell'azione di vendita, al fine di valutare la convenienza operativa dei programmi di crescita commerciale e organizzativa predisposti e realizzati

Negoziaregli obiettivi di vendita con la rete agenziale per realizzare una corretta ripartizione territoriale degli obiettivi contenuti nel programma commerciale dell'impresa mandante

Realizzareiniziative promozionali a carattere locale, in collaborazione con il gruppo di venditori, dipendenti o autonomi, che opera nella zona finalizzate al conseguimento degli obiettivi di sviluppo contenuti nel programma commerciale dell'impresa

Seguirela realizzazione delle iniziative commerciali centralizzate da parte dei punti vendita, incluso le azioni di riforma centralizzate

Fornireassistenza agli agenti per la stipula di convenzioni aziendali per aumentare le opportunità del mercato locale e favorire lo sviluppo delle



potenzialità della relazione commerciale già in atto con le aziende clienti Programmarel'attività dei venditori diretti coordinandone l'impegno e verificandone i risultati, al fine di assicurarne l'apporto previsto alla realizzazione del programma commerciale di zona, sostenendone la motivazione e individuando le azioni correttive da realizzare in caso di scostamento dai risultati attesi

Supportarele attività agenziali rivolte alla definizione di obiettivi, alla verifica dell'attuazione dei piani di lavoro e al controllo dei risultati dei collaboratori di vendita

Supportarele agenzie nella definizione ed uso di indicatori e modelli di simulazione dei costi e della redditività dell'azione di vendita, al fine di valutare la convenienza operativa dei programmi di crescita commerciale e organizzativa predisposti e realizzati

Titolo: Azioni di sviluppo organizzativo

Descrizione: Realizzareun piano di crescita delle risorse umane impiegate nell'azione di vendita nel territorio assegnatofinalizzato al raggiungimento degli obiettivi commerciali

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.13.02.07 (ex ADA.15.265.911) - Gestione e sviluppo commerciale associate:

Risultato atteso:RA1: Predisporre il piano di azioni commerciali per ciascun canale distributivo e i piani di comunicazione specifici, definendo le azioni a supporto della rete distributiva per il perseguimento dei risultati commerciali attesi, avendo implementato i relativi piani di incentivazione Definizione del piano di azioni commerciali per canale distributivo Elaborazione dei piani di comunicazione

Implementazione dei piani di incentivazione per la rete distributiva Definizione della azioni di supporto alla rete distributiva per il perseguimento dei risultati commerciali attesi

#### CONOSCENZE

Metodi e strumenti di ricerca e selezione del personaleper definire i profili, effettuare la valutazione e la scelta dei collaboratori potenziali Fasi del ciclo di formazione e inserimento di nuovi collaboratori: accoglienza,



orientamento, affiancamento e avvio, consolidamento, autonomiaper pianificare la crescita delle risorse nel tempo con l'inserimento di nuovi addetti di vendita in relazione ag

Pragmatica della comunicazione ed elementi di analisi transazionaleper la gestione dei colloqui di selezione e della relazione con i collaboratori assegnati

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Supportarele agenzie nella definizione del profilo professionale delle risorse aggiuntive necessarie per la realizzazione del piano di vendita, al fine di mettere in atto le procedure di ricerca e selezione del personale mancante Supportaregli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

Individuarele esigenze di formazione degli agenti e dei loro collaboratori per pianificare, progettare e realizzare le attività formative

Supportarele agenzie nella definizione del profilo professionale delle risorse aggiuntive necessarie per la realizzazione del piano di vendita, al fine di mettere in atto le procedure di ricerca e selezione del personale mancante Supportaregli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

Individuarele esigenze di formazione degli agenti e dei loro collaboratori per pianificare, progettare e realizzare le attività formative

Supportarele agenzie nella definizione del profilo professionale delle risorse aggiuntive necessarie per la realizzazione del piano di vendita, al fine di mettere in atto le procedure di ricerca e selezione del personale mancante Supportaregli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

Individuarele esigenze di formazione degli agenti e dei loro collaboratori per pianificare, progettare e realizzare le attività formative

Supportarele agenzie nella definizione del profilo professionale delle risorse aggiuntive necessarie per la realizzazione del piano di vendita, al fine di mettere in atto le procedure di ricerca e selezione del personale mancante Supportaregli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

Individuarele esigenze di formazione degli agenti e dei loro collaboratori per pianificare, progettare e realizzare le attività formative

Titolo: Dimensionamento, sviluppo e redditività delle reti di vendita



Descrizione: Contribuirealla valutazione della necessità di sviluppo organizzativoindividuando quantità e qualità delle agenzie e delle loro risorse di vendita sul territorio di riferimento in relazione al potenziale di mercato ed alla presenza dei principali concorre

Attività associate alla Competenza

#### CONOSCENZE

Tecniche di analisi e di valutazione del potenziale professionaleper individuare necessità di sviluppo delle competenze delle risorse della rete di vendita e percorsi di crescita individuali

Tecniche di valutazione dell'efficacia dell'azione di venditaper individuare le potenzialità di miglioramento ed i correttivi da apportare al comportamento in fase di vendita necessari a conseguirle

Tecniche di simulazione e costruzione di modelliper sviluppare l'analisi di scenari alternativi di impiego delle risorse e verificarne l'impatto in termini di sviluppo commerciale e di redditività dei punti vendita

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Analizzarela rete agenziale nelle sue componenti organizzative e professionali per determinare il suo potenziale di vendita

Quantificarele risorse necessarie alla realizzazione degli obiettivi di attività di vendita al fine di elaborare il piano di sviluppo organizzativo e professionale necessario

Determinaregli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

Determinareil quadro dei costi e dei ricavi ed individuare gli incrementi di redditività conseguibili dai punti vendita e dall'impresa

Analizzarela rete agenziale nelle sue componenti organizzative e professionali per determinare il suo potenziale di vendita

Quantificarele risorse necessarie alla realizzazione degli obiettivi di attività di vendita al fine di elaborare il piano di sviluppo organizzativo e professionale necessario

Determinaregli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

Determinareil quadro dei costi e dei ricavi ed individuare gli incrementi di redditività conseguibili dai punti vendita e dall'impresa

Analizzarela rete agenziale nelle sue componenti organizzative e professionali per determinare il suo potenziale di vendita

Quantificarele risorse necessarie alla realizzazione degli obiettivi di attività di



vendita al fine di elaborare il piano di sviluppo organizzativo e professionale necessario

Determinaregli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

Determinareil quadro dei costi e dei ricavi ed individuare gli incrementi di redditività conseguibili dai punti vendita e dall'impresa

Analizzarela rete agenziale nelle sue componenti organizzative e professionali per determinare il suo potenziale di vendita

Quantificarele risorse necessarie alla realizzazione degli obiettivi di attività di vendita al fine di elaborare il piano di sviluppo organizzativo e professionale necessario

Determinaregli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

Determinareil quadro dei costi e dei ricavi ed individuare gli incrementi di redditività conseguibili dai punti vendita e dall'impresa

Titolo: Analisi del portafoglio e del posizionamento commerciale

Descrizione: Supportaregli agenti e i loro collaboratori di venditanell'analisi dei clienti in essere e delle potenzialità di crescita e nella definizione di obiettivi di sviluppo commerciale

Attività associate alla Competenza

#### CONOSCENZE

Indicatori sociodemografici, economia ed istituzioni localiper individuare gli ambiti di sviluppo potenziale e stimare la penetrazione possibile Dati relativi al tessuto produttivo, alle attività prevalenti, alle professioni e alla propensione al risparmio delle famiglieper individuare gli ambiti di sviluppo

potenziale e stimare la penetrazione possibile

Metodologia di segmentazione, analisi del portafoglio clienti e mercato interno localeper individuarne le potenzialità di sviluppo e segmentare il mercato interno rispetto a parametri demografici e comportamentali

Metodologie e strumenti per l'individuazione del mercato esterno ed indicatori di potenzialitàper stimare e quantificare le potenzialità di sviluppo

Tecniche di comunicazione efficace e di ascolto attivo

Tecniche di marketing operativoper impostare e realizzare iniziative locali di sviluppo del portafoglio clienti e incrementare la redditività delle reti di vendita



### ABILITÀ/CAPACITÀ

Analizzareil portafoglio clienti in essere per sviluppare il programma delle attività di riforma dei contratti in corso e le attività di cross selling, al fine di determinarne l'apporto al piano vendite e formulare gli obiettivi di crescita e redditività aziendali

Analizzarele potenzialità del territorio di pertinenza per individuare i settori di penetrazione commerciale più favorevoli alla realizzazione degli obiettivi di vendita in relazione al potenziale professionale degli addetti, al portafoglio prodotti dell'azienda ed agli obiettivi di redditività

Individuaregli obiettivi di vendita conseguibili nel territorio di competenza, sulla base dell'analisi effettuata, al fine di determinare il programma commerciale di zona

Sviluppareil piano di attività organizzative e di iniziative di vendita necessario a conseguire gli obiettivi del programma commerciale

Supportarel'agente nella progettazione e realizzazione di un sistema gestionale di monitoraggio dell'azione di vendita, in grado di individuare gli scostamenti dai risultati attesi e di fornire inidcazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

Analizzareil portafoglio clienti in essere per sviluppare il programma delle attività di riforma dei contratti in corso e le attività di cross selling, al fine di determinarne l'apporto al piano vendite e formulare gli obiettivi di crescita e redditività aziendali

Analizzarele potenzialità del territorio di pertinenza per individuare i settori di penetrazione commerciale più favorevoli alla realizzazione degli obiettivi di vendita in relazione al potenziale professionale degli addetti, al portafoglio prodotti dell'azienda ed agli obiettivi di redditività

Individuaregli obiettivi di vendita conseguibili nel territorio di competenza, sulla base dell'analisi effettuata, al fine di determinare il programma commerciale di zona

Sviluppareil piano di attività organizzative e di iniziative di vendita necessario a conseguire gli obiettivi del programma commerciale

Supportarel'agente nella progettazione e realizzazione di un sistema gestionale di monitoraggio dell'azione di vendita, in grado di individuare gli scostamenti dai risultati attesi e di fornire inidcazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

Analizzareil portafoglio clienti in essere per sviluppare il programma delle attività di riforma dei contratti in corso e le attività di cross selling, al fine di determinarne l'apporto al piano vendite e formulare gli obiettivi di crescita e redditività aziendali

Analizzarele potenzialità del territorio di pertinenza per individuare i settori di penetrazione commerciale più favorevoli alla realizzazione degli obiettivi di vendita in relazione al potenziale professionale degli addetti, al portafoglio prodotti dell'azienda ed agli obiettivi di redditività

Individuaregli obiettivi di vendita conseguibili nel territorio di competenza, sulla



base dell'analisi effettuata, al fine di determinare il programma commerciale di zona

Sviluppareil piano di attività organizzative e di iniziative di vendita necessario a conseguire gli obiettivi del programma commerciale

Supportarel'agente nella progettazione e realizzazione di un sistema gestionale di monitoraggio dell'azione di vendita, in grado di individuare gli scostamenti dai risultati attesi e di fornire inidcazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

Analizzareil portafoglio clienti in essere per sviluppare il programma delle attività di riforma dei contratti in corso e le attività di cross selling, al fine di determinarne l'apporto al piano vendite e formulare gli obiettivi di crescita e redditività aziendali

Analizzarele potenzialità del territorio di pertinenza per individuare i settori di penetrazione commerciale più favorevoli alla realizzazione degli obiettivi di vendita in relazione al potenziale professionale degli addetti, al portafoglio prodotti dell'azienda ed agli obiettivi di redditività

Individuaregli obiettivi di vendita conseguibili nel territorio di competenza, sulla base dell'analisi effettuata, al fine di determinare il programma commerciale di zona

Sviluppareil piano di attività organizzative e di iniziative di vendita necessario a conseguire gli obiettivi del programma commerciale

Supportarel'agente nella progettazione e realizzazione di un sistema gestionale di monitoraggio dell'azione di vendita, in grado di individuare gli scostamenti dai risultati attesi e di fornire inidcazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

#### Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
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
2.5.1.2.0	Specialisti della gestione e del controllo nelle imprese private
3.3.3.4.0	Tecnici della vendita e della distribuzione
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing
3.3.2.4.0	Periti, valutatori di rischio e liquidatori
4.2.1.1.0	Addetti agli sportelli assicurativi, bancari e di altri intermediari finanziari



# Codice Ateco Titolo Ateco 82.91.20 Agenzie di informazioni commerciali 82.20.00 Attività dei call center 65.11.00 Assicurazioni sulla vita 65.12.00 Assicurazioni diverse da quelle sulla vita

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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved