

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

SETTORE 13. Servizi finanziari e assicurativi

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	X
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Toscana	1	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

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

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 VENDITE	Lombardia	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	1		X
MANAGER PER I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	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: Azioni di sviluppo commerciale e di sostegno alla motivazione personale dei venditori

Descrizione: Curare la 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

Attività 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 perseguitamento 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 perseguitamento dei risultati commerciali attesi

Attività 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 gruppi per ottimizzare il lavoro di gruppo e lo scambio di informazioni sui comportamenti di successo

Metodi di risoluzione dei problemi e di assunzione di decisioni per 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'ansia per 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 gruppo per la gestione della relazione con il gruppo dei venditori supportati e coor

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

Tecniche di negoziazione per 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 modelli per la valutazione della redditività delle azioni di vendita e per la comparazione e scelta tra programmi e schemi di azione alternativi

ABILITÀ/CAPACITÀ

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

Realizzare iniziative 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

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

Fornire assistenza 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

Programmare l'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

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

Supportare le 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

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

Realizzare iniziative 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

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

Fornire assistenza 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

Programmare l'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

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

Supportare le 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

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

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

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

Fornire assistenza 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

Programmare l'attività dei vendori 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

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

Supportare le 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

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

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

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

Fornire assistenza 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
Programmare l'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

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

Supportare le 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: Realizzare un piano di crescita delle risorse umane impiegate
nell'azione di vendita nel territorio assegnato finalizzato al raggiungimento degli
obiettivi commerciali

Attività associate alla Competenza

Attività 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 perseguitamento 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 delle azioni di supporto alla rete distributiva per il perseguitamento
dei risultati commerciali attesi

CONOSCENZE

Metodi e strumenti di ricerca e selezione del personale per 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, autonomia per 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 transazionale per la gestione dei colloqui di selezione e della relazione con i collaboratori assegnati

ABILITÀ/CAPACITÀ

Supportare le 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
Supportare gli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

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

Supportare le 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
Supportare gli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

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

Supportare le 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
Supportare gli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

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

Supportare le 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
Supportare gli agenti nella ricerca, selezione e inserimento di nuovi collaboratori di vendita, al fine del completamento del piano di sviluppo organizzativo e professionale stabilito

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

Descrizione: Contribuire alla valutazione della necessità di sviluppo organizzativo individuando 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 concorrenti

Attività associate alla Competenza

CONOSCENZE

Tecniche di analisi e di valutazione del potenziale professionale per 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 vendita per individuare le potenzialità di miglioramento ed i correttivi da apportare al comportamento in fase di vendita necessari a conseguirla

Tecniche di simulazione e costruzione di modelli per 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

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

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

Determinare gli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

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

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

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

Determinare gli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

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

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

Quantificare le risorse necessarie alla realizzazione degli obiettivi di attività di

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

Determinare gli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

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

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

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

Determinare gli obiettivi di attività necessari alla realizzazione del piano di vendita

Determinare il 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: Supportare gli agenti e i loro collaboratori di vendita nell'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 locali per 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 famiglie per individuare gli ambiti di sviluppo potenziale e stimare la penetrazione possibile

Metodologia di segmentazione, analisi del portafoglio clienti e mercato interno locale per 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 potenzialità per stimare e quantificare le potenzialità di sviluppo

Tecniche di comunicazione efficace e di ascolto attivo

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

ABILITÀ/CAPACITÀ

Analizzare il 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

Analizzare le 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

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

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

Supportare l'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 indicazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

Analizzare il 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

Analizzare le 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

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

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

Supportare l'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 indicazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

Analizzare il 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

Analizzare le 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

Individuare gli obiettivi di vendita conseguibili nel territorio di competenza, sulla

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

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

Supportare l'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 indicazioni per apportare i correttivi necessari al raggiungimento degli obiettivi di vendita

Analizzare il 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

Analizzare le 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

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

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

Supportare l'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 indicazioni 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

Codici ISTAT ATECO associati

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