TECNICO COMMERCIALE - MARKETING

SETTORE 24. Area comune

REPERTORIO - Emilia-Romagna

AdA associate alla Qualificazione

ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix)

Tabelle di equivalenza AdA

Tecnico del marketing	Basilicata
Esperto commerciale-marketing	Campania
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia
Tecnico commerciale - marketing	Lazio
Tecnico del marketing	Liguria
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia
PRODUCT MANAGER	Lombardia
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia
Tecnico delle attività di marketing	Puglia
Tecnico delle attività di marketing	Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

INAPP
ISTITUTO NAZIONALE PER L'ANALISI DELLE POLITICHE PUBBLICHE

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DEL MARKETING	Abruzzo	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Calabria	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna	2	X	X
Tecnico esperto nella gestione dei servizi	Lazio	2	X	X
Tecnico commerciale - marketing	Lazio	2	X	X
Tecnico del marketing	Liguria	2	X	X
PRODUCT MANAGER	Lombardia	2	X	X
Tecnico del marketing	Piemonte	2	X	X
Digital marketing specialist	Provincia Autonoma di Trento	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Puglia	2	X	X
Tecnico specializzato in marketing	Sicilia	2	X	X
Tecnico delle attività di marketing	Toscana	2	X	X
Tecnico del marketing operativo	Umbria	2	X	X
ESPERTO MARKETING	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico del marketing	Basilicata	1	X	
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Calabria	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Calabria	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA MARKETING	Lombardia	1		X
ESPERTO DI MARKETING	Lombardia	1		X
Tecnico delle attività di marketing	Marche	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Puglia	1	X	
Tecnico della definizione di strategie di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita	Toscana	1	X	
Tecnico del marketing turistico	Umbria	1	X	

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Esperto commerciale-marketing	Campania	0		
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI	Friuli Venezia Giulia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CARNE E PRODOTTI ITTICI	Friuli Venezia Giulia	0		
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	0		
Tecnico esperto nella gestione aziendale	Lazio	0		
SPECIALISTA SEO (SEO SPECIALIST)	Lombardia	0		
SPECIALISTA SEM (SEM SPECIALIST)	Lombardia	0		
JUNIOR ASSISTANT MANAGER / MANAGERIN - JAM	Provincia autonoma di Bolzano	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Puglia	0		
Tecnico del marketing	Sardegna	0		
Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione	Toscana	0		

ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta

Tabelle di equivalenza AdA

TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell’ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Esperto commerciale-marketing	Campania	2	X	X
TECNICO COMMERCIALE-MARKETING	Friuli Venezia Giulia	2	X	X
Responsabile commerciale	Liguria	2	X	X
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	Lombardia	2	X	X
ESPERTO DI COORDINAMENTO DELLE VENDITE	Veneto	2	X	X

Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Calabria	1	X	
Responsabile dello sviluppo organizzativo e commerciale di punti vendita e venditori diretti	Calabria	1	X	
Responsabile dell'attuazione delle politiche commerciali e del coordinamento delle forze di vendita	Calabria	1		X
TECNICO COMMERCIALE - MARKETING	Emilia-Romagna	1		X
Tecnico commerciale - marketing	Lazio	1		X
RESPONSABILE RETE DI VENDITA	Lombardia	1		X
ESPERTO GESTIONE AREA VENDITE	Lombardia	1		X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
COORDINATORE PUNTI VENDITA	Lombardia	1		X
Tecnico commerciale-marketing	Molise	1		X
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Puglia	1	X	
Responsabile della gestione della lavorazione conto terzi	Toscana	1	X	
Responsabile dell'attuazione delle politiche commerciali e del coordinamento delle forze di vendita	Toscana	1		X

Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI LATTIERO-CASEARI	Friuli Venezia Giulia	0		
TECNICO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI A BASE DI CARNE E PRODOTTI ITTICI	Friuli Venezia Giulia	0		
Tecnico delle attività di vendita	Sardegna	0		

Competenze

Titolo: ANALISI MERCATO DI RIFERIMENTO

Obiettivo: Informazioni strutturate su fattori di mercato e comportamenti di consumo propri dello scenario di riferimento.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio
Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA2: Coordinare le risorse e le attività della rete di vendita, provvedendo a fornire supporto nella definizione della trattativa, nella redazione dei documenti tecnici, monitorando le performance di vendita e gestendo il sistema informativo
Coordinamento delle attività relative alla trattative commerciali nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta
Coordinamento delle risorse afferenti alla forza di vendita
Cura della redazione dei documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte
Monitoraggio delle performance e dell'efficienza della rete di vendita
Organizzazione e supervisione della gestione del sistema informativo dell'area commerciale

CONOSCENZE

Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ecc.
Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza.
Metodologie e strumenti di benchmarking.
La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).

ABILITÀ/CAPACITÀ

Interpretare spinte motivazionali e logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato
Decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: tendenze di prodotto, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, ecc.
Identificare nuove aree geografiche in cui effettuare azioni per l'acquisizione di nuove fette di mercato
Identificare il sistema di offerta dei competitor - sia in termini qualitativi che quantitativi - assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking

Titolo: CONFIGURAZIONE OFFERTA DI PRODOTTO/SERVIZIO

Obiettivo: Offerta di prodotto/servizio definita nelle sue connotazioni essenziali.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare il lancio del prodotto/servizio, sulla base del target selezionato, analizzando il piano di marketing strategico e le caratteristiche del prodotto/servizio
Analisi delle caratteristiche del prodotto/servizio da lanciare sul mercato
Analisi delle strategie di marketing (trade e consumer) adottate dalla concorrenza (es. soluzioni di maketing, canali distributivi e promozionali, prezzi, ecc)
Progettazione del lancio del prodotto/servizio sulla base delle caratteristiche dei segmenti obiettivo selezionati

CONOSCENZE

La qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori, ecc.
Terminologia tecnica in due lingue straniere.
La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).
Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di

sicurezza.
Modelli e strumenti di marketing strategico: posizionamento prodotto, ecc.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Identificare le caratteristiche proprie del target clienti individuato in funzione del bisogno/obiettivo emerso, esplicitando modalità e finalità di soddisfazione dello stesso
Valutare le performance dei prodotti/servizi offerti, in relazione alla qualità attesa ed il livello di preferenza accordato
Tradurre le caratteristiche di maggiore fruibilità del prodotto/servizio in termini di fattori chiave di vendita (key selling factors)
Definire le caratteristiche connotative del prodotto/servizio in coerenza con gli obiettivi di profitto prefissati

Titolo: Traduzione OPERATIVA STRATEGIA COMMERCIALE

Obiettivo: Obiettivi operativi rispondenti alle finalità strategico-commerciali prefissate.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.
Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)
Sviluppo e definizione del packaging

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e

monitoraggio della rete di vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA1: Gestire le relazioni con l'area produzione, concorrendo alla programmazione della produzione, indicando le previsioni di vendita e il portfolio ordini, portando istanze delle particolari esigenze dei clienti
Gestione delle relazioni con l'area produzione a fronte di eventuali esigenze espresse dal cliente in corso di contratto o di rischi di inadempimento
Supporto tecnico alla programmazione della produzione mediante l'elaborazione del piano della domanda (previsioni delle vendite e portafoglio ordini)

Risultato atteso:RA2: Coordinare le risorse e le attività della rete di vendita, provvedendo a fornire supporto nella definizione della trattativa, nella redazione dei documenti tecnici, monitorando le performance di vendita e gestendo il sistema informativo
Coordinamento delle attività relative alla trattative commerciali nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta
Coordinamento delle risorse afferenti alla forza di vendita
Cura della redazione dei documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte
Monitoraggio delle performance e dell'efficienza della rete di vendita
Organizzazione e supervisione della gestione del sistema informativo dell'area commerciale

CONOSCENZE

Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita.
I sistemi di distribuzione: GDO, vendita in franchising, ecc.
La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).
Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing.
Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale, ecc.
Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Valutare la tipologia di canale distributivo, di organizzazione e diversificazione geografica della rete vendita, tenendo conto delle modalità e dei termini di approvvigionamento
Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti
Individuare modalità di organizzazione, gestione e sviluppo del personale di

vendita
Concepire modelli e strutture espositive per il display standard e promozionale dei prodotti/servizi offerti, utilizzando tecniche di trade marketing

Titolo: POSIZIONAMENTO PRODOTTO/SERVIZIO

Obiettivo: Prodotto/servizio posizionato in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate.

Attività associate alla Competenza

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.02 (ex ADA.25.223.720) - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) associate:

Risultato atteso:RA2: Sviluppare il piano operativo di marketing (marketing mix), definendo gli strumenti operativi (politica di brand management, prezzo, canali distributivi e comunicazione) per il raggiungimento degli obiettivi delineati.
Individuazione del prezzo di vendita del prodotto/servizio da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Scelta dei più efficaci canali promozionali per i prodotti/servizi da immettere sul mercato
Sviluppo di soluzioni di trade marketing rivolte alla rete distributiva commerciale (es. visual merchandising, promozioni, ecc.)
Sviluppo e definizione del packaging

Attivitá dell' AdA ADA.24.04.07 (ex ADA.25.224.725) - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta associate:

Risultato atteso:RA2: Coordinare le risorse e le attività della rete di vendita, provvedendo a fornire supporto nella definizione della trattativa, nella redazione dei documenti tecnici, monitorando le performance di vendita e gestendo il sistema informativo
Coordinamento delle attività relative alla trattative commerciali nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta
Coordinamento delle risorse afferenti alla forza di vendita
Cura della redazione dei documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte
Monitoraggio delle performance e dell'efficienza della rete di vendita

Organizzazione e supervisione della gestione del sistema informativo dell'area commerciale

CONOSCENZE

Tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti (marketing/selling).
La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche).
Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza.
Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing.
Contrattualistica e tutela dei crediti.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Comprendere l'andamento costi/vendite del mercato di riferimento interpretando: diagrammi dei flussi di vendita, proiezioni statistiche, tabelle dei costi, ecc.
Concepire piani di consolidamento delle quote di mercato già acquisite, nonché di penetrazione in nuovi mercati
Identificare il settore di mercato obiettivo in cui posizionare il prodotto/servizio: nicchia, segmento o mercato allargato
Applicare una politica prezzi sostenibile in rapporto alle condizioni di mercato e di profitto stabilite

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.3.3.5.0	Tecnici del marketing
3.3.3.4.0	Tecnici della vendita e della distribuzione

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