

Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale

 **SETTORE 12. [Servizi di distribuzione commerciale](#)**

REPERTORIO - Puglia

AdA associate alla Qualificazione

ADA.12.01.04 (ex ADA.18.208.670) - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali

Tabelle di equivalenza AdA

Esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale Campania

Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale Puglia

Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale Toscana

Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale	Calabria	2	X	X
Esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale	Campania	2	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Tecnico della gestione/coordinamento delle attività dei centri commerciali	Marche	2	X	X
Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale	Puglia	2	X	X
Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale	Toscana	2	X	X
Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA				
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA				
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
PIANIFICAZIONE DI STRATEGIE PROMOZIONALI	Friuli Venezia Giulia	0		

Competenze

Titolo: progettazione ed avviamento del centro commerciale

Obiettivo: curare la progettazione e l'avviamento del centro commerciale secondo le direttive espresse dalla proprietà per assicurare un'adeguata copertura e manutenzione degli spazi di vendita

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.12.01.04 (ex ADA.18.208.670) - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare ed avviare il centro commerciale ,
provvedendo all'organizzazione nel suo complesso, ideando iniziative connesse
alla sua promozione e gestendo l'immobile e la superficie di vendita sulla base
di specifiche procedure contabili ed amministrative
Gestione dell'immobile e della superficie di vendita
Organizzazione complessiva del centro commerciale
Progettazione ed avviamento del centro commerciale
Promozione del centro commerciale

CONOSCENZE

caratteristiche del target di riferimento, delle gamme dei prodotti e dei servizi offerti
caratteristiche delle diverse tipologie di clienti, comportamenti di acquisto e mercato di riferimento per leggere e decodificare i comportamenti di consumo dei clienti
elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita
meccanismi operativi di coordinamento per gestire le attività della squadra di lavoro
metodi e tecniche di merchandising e presentazione dell'offerta commerciale per costruire un'offerta ampia e diversificata delle gamme dei prodotti in vendita
normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo haccp e normativa in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro
tecniche di ascolto, di diagnosi e di consiglio per identificare le esigenze dei committenti
tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori
tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti

ABILITÀ/CAPACITÀ

curare la preservazione nel tempo della locazione, garantendo un'immagine unitaria del centro
individuare nuovi ambiti merceologici, aziende o servizi per offrire al target di clientela sempre nuovi stimoli di acquisto
selezionare gli ambiti merceologici di riferimento del centro commerciale secondo la strategia commerciale della proprietà
selezionare gli esercenti a cui locare gli spazi espositivi secondo le strategie e i target di riferimento della proprietà

Titolo: gestione dell'immobile e della superficie di vendita

Obiettivo: gestire l'immobile e la superficie di vendita curandone la dimensione economica e le esigenze di manutenzione

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.12.01.04 (ex ADA.18.208.670) - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali associate:

Risultato atteso:RA1: Progettare ed avviare il centro commerciale ,
provvedendo all'organizzazione nel suo complesso, ideando iniziative connesse alla sua promozione e gestendo l'immobile e la superficie di vendita sulla base di specifiche procedure contabili ed amministrative
Gestione dell'immobile e della superficie di vendita
Organizzazione complessiva del centro commerciale
Progettazione ed avviamento del centro commerciale
Promozione del centro commerciale

CONOSCENZE

economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il centro commerciale
fondamenti di organizzazione aziendale: struttura, funzioni e processi lavorativi
funzione, caratteristiche e logiche dei sistemi di pianificazione e controllo di gestione
metodi e tecniche di analisi degli andamenti di vendita al fine di valutarne i risultati
standard e format per la redazione di report e documentazione ad uso interno
strategie commerciali dell'impresa e gamma dei prodotti venduti
tecniche di budgeting per la corretta stesura e gestione dei budget e piani economici
tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori
tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti

ABILITÀ/CAPACITÀ

controllare l'attuazione delle procedure contabili e amministrative e la corretta tenuta dei libri contabili ed amministrativi con particolare attenzione a quelli previsti per legge relativi ai settori amministrazione e personale
definire gli obiettivi commerciali e il budget di spesa del centro commerciale verificando l'andamento con i dati consuntivi, decidendo, se necessario, i relativi correttivi
gestire i contratti di locazione e della contrattualistica varia nel rispetto della normativa vigente e secondo le disposizioni della proprietà
individuare le esigenze di manutenzione dell'immobile e delle superfici di vendita
negoziare le spese di gestione del centro ripartendole nel canone di locazione degli esercenti al fine di coprire i costi gestionali
programmare gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria con la collaborazione, quando presente, del direttore tecnico, valutandone la corretta esecuzione
verificare i parametri relativi alla produttività e redditività per controllare costantemente l'andamento economico complessivo del centro commerciale

Titolo: organizzazione complessiva del centro

Obiettivo: assicurare l'organizzazione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la soddisfazione dei clienti interni ed esterni e il rispetto degli obiettivi aziendali

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.12.01.04 (ex ADA.18.208.670) - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali associate:

Risultato atteso: RA1: Progettare ed avviare il centro commerciale , provvedendo all'organizzazione nel suo complesso, ideando iniziative connesse alla sua promozione e gestendo l'immobile e la superficie di vendita sulla base di specifiche procedure contabili ed amministrative
Gestione dell'immobile e della superficie di vendita
Organizzazione complessiva del centro commerciale
Progettazione ed avviamento del centro commerciale
Promozione del centro commerciale

CONOSCENZE

caratteristiche del target di riferimento, delle gamme dei prodotti e dei servizi offerti
economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il centro commerciale
elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita
meccanismi operativi di coordinamento per gestire le attività della squadra di lavoro
metodi e tecniche di merchandising e presentazione dell'offerta commerciale per costruire un'offerta ampia e diversificata delle gamme dei prodotti in vendita
normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo haccp e normativa in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro
tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori
tecniche di direzione e organizzazione aziendale per supervisionare, coordinare e pianificare il lavoro in squadra
tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti

ABILITÀ/CAPACITÀ

assicurare i livelli di organico del personale del centro commerciale al fine di fornire il sostegno necessario all'attività di vendita degli esercenti
assicurare la protezione dell'immobile, degli spazi vendita, dei beni del centro commerciale secondo le disposizioni aziendali
assicurare l'igiene e la sicurezza nell'ambiente per favorire il comfort dei dipendenti e della clientela
definire le procedure aziendali comuni, come gli orari di aperture dei vari punti vendita e altre regole, verificandone il rispetto, al fine di garantire un'immagine unitaria del centro nei confronti della clientela
preparare i servizi di supporto, al fine di curare gli allestimenti degli spazi e dell'immobile, fornire servizi per lo smaltimento dei rifiuti, presidi medici, ecc.

Titolo: promozione del centro commerciale

Obiettivo: assicurare la promozione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la massima diffusione e pubblicizzazione delle attività integrate proposte al territorio e al target di clientela di riferimento

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.12.01.04 (ex ADA.18.208.670) - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali associate:

Risultato atteso: RA1: Progettare ed avviare il centro commerciale ,
provvedendo all'organizzazione nel suo complesso, ideando iniziative connesse
alla sua promozione e gestendo l'immobile e la superficie di vendita sulla base
di specifiche procedure contabili ed amministrative
Gestione dell'immobile e della superficie di vendita
Organizzazione complessiva del centro commerciale
Progettazione ed avviamento del centro commerciale
Promozione del centro commerciale

CONOSCENZE

caratteristiche del target di riferimento, delle gamme dei prodotti e dei servizi offerti
economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il centro commerciale
elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita
elementi di tecnica commerciale al fine di proporre campagne pubblicitarie efficaci
tecniche di base per condurre indagini di mercato con riferimento alla specificità del settore
tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori
tecniche di direzione e organizzazione aziendale per supervisionare, coordinare e pianificare il lavoro in squadra
tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti
tecniche di progettazione e organizzazione di eventi culturali, di animazione ecc. al fine di rendere maggiormente attrattivo il centro commerciale al target di riferimento

ABILITÀ/CAPACITÀ

curare la selezione, l'affidamento e la contrattualistica legata alla esternalizzazione di attività legate alla promozione del centro (pubblicità, animazione, ecc.) verificandone la qualità dei servizi erogati
organizzare indagini e analisi di mercato, verificare l'andamento di campagne

promozionali, effettuare analisi della soddisfazione del cliente, per monitorare i comportamenti e le abitudini di acquisto della clientela e per progettare miglioramenti dell'offerta di servizi
progettare campagne pubblicitarie del centro commerciale organizzando tutte le azioni in collaborazione con gli esercenti
progettare eventi di animazione, spettacoli, attività culturali e altri servizi al fine di promuovere momenti di intrattenimento per aumentare l'attrattività del centro commerciale

Titolo: gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda

Obiettivo: gestire le relazioni interne/esterne all'azienda in accordo con la policy aziendale e con le indicazioni della direzione aziendale

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.12.01.04 (ex ADA.18.208.670) - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali associate:

Risultato atteso:RA2: Gestire le relazioni all'interno dell'ente curando l'organizzazione e i rapporti sindacali e rappresentando l'ente nelle relazioni esterne con enti pubblici e privati e rappresentanze di vario tipo
Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda

CONOSCENZE

nozioni di contrattualistica e di diritto del lavoro per pianificare correttamente mansioni, turni e ferie e la procedura amministrativa di assunzione/licenziamento e trasformazioni di contratto
nozioni e tecniche di direzione e organizzazione aziendale per la supervisione, il coordinamento e la pianificazione del lavoro in squadra
nozioni e tecniche di leadership e di delega al fine di creare un clima collaborativo e di gestione efficace ed efficiente del lavoro
sistemi e strumenti di lavoro incentivanti per motivare il personale e valutare le prestazioni e il potenziale dei collaboratori
tecniche di analisi della concorrenza e benchmarking per valutare le potenzialità dell'utilizzo di una precisa best practice in azienda
tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori
tecniche di relazioni pubbliche per condurre rapporti di collaborazione efficace

con enti o rappresentanze di vario tipo

ABILITÀ/CAPACITÀ

analizzare la concorrenza adottando, nel quadro delle politiche aziendali, le necessarie misure per contrastarla
gestire gli eventuali contenziosi tra esercenti e la proprietà dell'immobile al fine di negoziare e proporre soluzioni di risoluzione
gestire i rapporti con il personale dipendente del centro commerciale, curandone le procedure amministrative, i rapporti sindacali, il processo di selezione, la valutazione e la formazione al fine di favorire l'impiego ottimale delle risorse umane
intrattenere rapporti con gli esercenti per la ricerca di soluzioni per i problemi più diversi
intrattenere rapporti con la proprietà/sede centrale, elaborando e sottoponendo ad essa proposte e richieste per revisioni e/o approvazioni (ad es. richiesta di assistenza di specialisti o proposte relative ai piani di vendita, ecc.)
rappresentare l'azienda nelle relazioni esterne, mantenendo rapporti con enti pubblici o rappresentanze di vario tipo, per instaurare un clima di reciproca collaborazione

Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
2.5.1.5.2	Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)

Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
47.11.10	Ipermercati
47.11.20	Supermercati
47.11.30	Discount di alimentari
47.11.40	Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari

Codice Ateco	Titolo Ateco
47.19.10	Grandi magazzini
47.19.20	Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici
47.19.90	Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari

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

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved