

## Responsabile del marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi

 **SETTORE 24. Area comune**

REPERTORIO - Calabria

### AdA associate alla Qualificazione

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	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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
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	

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
MANAGER PER I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	Lombardia	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA VENDITE	Lombardia	1	X	
ESPERTO GESTIONE AREA COMMERCIALE	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

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>
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 commercio internazionale	Sicilia	0		
Tecnico specializzato e-commerce	Sicilia	0		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2
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:** Analisi dei requisiti e del contesto competitivo

**Descrizione:** Analizzare le possibili alternative organizzative e tecnologiche alla luce del posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica del mondo Internet, per definire con il responsabile del progetto caratteristiche, obiettivi

Attività associate alla Competenza

### CONOSCENZE

Dinamiche dei mercati di riferimento, per operare previsioni su cui basare le analisi del contesto competitivo

Modelli di rappresentazione formalizzata della realtà e dei processi per rappresentare in maniera unitaria e coerente le entità, le relazioni ed i processi rilevanti per la definizione del modello di soluzione per l'e-business

Tecniche di analisi del contesto competitivo, per verificare il posizionamento dell'azienda e del prodotto/servizio da commercializzare nei confronti dei principali competitori attuali e potenziali

Tecniche di redazione di un business plan, per elaborare il piano di business da sottoporre all'approvazione dei responsabili del progetto e di eventuali soggetti finanziatori

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Valutare per quali beni e servizi il canale di vendita on line può essere appropriato, tenendo conto del contesto competitivo e degli aspetti normativi correlati alla vendita a distanza

Definire le strategie di comunicazione del progetto di e-business più appropriate per il raggiungimento degli obiettivi previsti

Definire con i responsabili aziendali caratteristiche ed obiettivi della soluzione e-business da realizzare

Analizzare con i responsabili aziendali la realtà ed il contesto competitivo in cui si posizionerà il progetto di e-business

### Titolo: Definizione del piano di marketing

**Descrizione:** Elaborare il piano di marketing con la definizione della strategia, delle azioni, dei risultati attesi e dei tempi previsti alla luce della situazione dei mercati di riferimento e delle caratteristiche dei prodotti e/o servizi da vendere on line

### Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online associate:

Risultato atteso:RA1: Provvedere allo sviluppo del piano di vendita, sulla base del piano di marketing, definendo le strategie commerciali e le modalità operative per la loro implementazione, coordinandosi con la funzione marketing

Definizione delle strategie commerciali per la massimizzazione del fatturato di vendita

Individuazione delle soluzioni operative per l'attuazione delle strategie commerciali

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nel monitoraggio dei mercati e nelle stime di previsione delle vendite

Sviluppo del piano di vendita di prodotti/servizi sulla base del piano di marketing

## CONOSCENZE

Principi di marketing tradizionale, per applicare le metodologie classiche adattandole al contesto competitivo del commercio elettronico su Internet  
Strategie di marketing in rete, per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet

Tecniche di Web marketing, per prevedere l'utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line nella definizione del piano di marketing  
Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo, per una corretta definizione del piano di marketing

Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line, per acquisire ulteriori informazioni sulla base delle quali elaborare il piano di marketing

Tecniche e strumenti di direct marketing su Internet (come profilazione del cliente, pricing on line, advertising on line, promozione via Internet, ecc...), per sfruttare le potenzialità offerte dalla comunicazione on line nella promozione del prodotto/se

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Scegliere i canali di comunicazione più appropriati, tra quelli tradizionali e quelli innovativi, per la realizzazione delle azioni previste nel piano di marketing

Operare una segmentazione dei comportamenti di consumo on line per definire la scelta del target di riferimento delle azioni di marketing

Elaborare il piano di marketing da sottoporre all'approvazione dei responsabili aziendali, con la definizione di un marketing mix che preveda l'utilizzo di strumenti tradizionali accanto ad altri innovativi

Definire il mercato potenziale per la vendita del prodotto/servizio sul Web, anche alla luce delle prevedibili evoluzioni nel tempo, per elaborare il piano di marketing sulla base di previsioni realistiche

Definire gli indicatori da monitorare per verificare il successo del piano di marketing nella promozione della soluzione di e-business

### **Titolo: Organizzazione delle vendite**

**Descrizione: Definire le strategie e le scelte relative all'organizzazione delle vendite on line, verificando l'opportunità di costituire una rete di vendita in affiancamento e sinergia con il canale online e curando gli aspetti di approvvigionamento e distribuzione d**

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online associate:

Risultato atteso:RA1: Provvedere allo sviluppo del piano di vendita, sulla base del piano di marketing, definendo le strategie commerciali e le modalità operative per la loro implementazione, coordinandosi con la funzione marketing

Definizione delle strategie commerciali per la massimizzazione del fatturato di vendita

Individuazione delle soluzioni operative per l'attuazione delle strategie commerciali

Supporto tecnico alle funzioni di marketing nel monitoraggio dei mercati e nelle stime di previsione delle vendite

Sviluppo del piano di vendita di prodotti/servizi sulla base del piano di marketing

Risultato atteso:RA2: Sviluppare le strategie di acquisizione e di gestione del portfolio clienti, monitorandone l'andamento, valutando il raggiungimento degli obiettivi commerciali e definendo il sistema di incentivazione delle risorse di vendita

Definizione delle politiche di incentivazione della forza di vendita

Sviluppo di strategie per l'acquisizione e la gestione del portafoglio clienti dell'impresa

Valutazione del raggiungimento degli obiettivi commerciali

## CONOSCENZE

Nozioni di diritto commerciale e tributario applicato alle vendite a distanza, per assicurare il rispetto degli obblighi normativi e fiscali da parte dell'azienda  
Principi base di logistica applicata alla vendita di prodotti e/o servizi on line, per coordinare una efficiente organizzazione della distribuzione del prodotto o servizio al cliente finale

Principali scelte di struttura delle reti commerciali, per adottare il modello ottimale in termini di rapporto tra costi e benefici

Strumenti di gestione ed incentivazione delle reti di vendita, per incrementare le vendite del prodotto e/o servizio attraverso i canali tradizionali

Tecniche di organizzazione delle reti di vendita di prodotti e/o servizi online, per affiancare e potenziare, se necessario, il canale di vendita diretto attraverso la rete

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Verificare l'efficienza della catena logistica anche in relazione alle possibilità offerte dalla rete, esaminando modalità, tempi e costi della spedizione o consegna al cliente finale

Verificare i risultati di vendita, confrontandoli con gli obiettivi e tenendo aggiornati i responsabili aziendali su andamenti e previsioni  
Organizzare una rete commerciale, definendone la struttura, gli obiettivi e gli strumenti di incentivazione ai fini di incrementare le vendite del prodotto e/o servizio  
Definire un insieme di indicatori di efficacia ed efficienza per monitorare la performance commerciale in relazione ai target di vendita e all'andamento dei mercati di riferimento  
Confrontare la struttura ed i risultati della propria rete di vendita con quelli delle reti dei principali concorrenti, per individuare correttivi e possibili miglioramenti organizzativi

### **Titolo: Assistenza e customer management**

**Descrizione:** Fornire la necessaria assistenza alla clientela, monitorandone i comportamenti ed il livello di soddisfazione, per pianificare ed attuare azioni in grado di aumentare il numero ed il grado di soddisfazione dei clienti e di incrementare le vendite

### **Attività associate alla Competenza**

Attività dell' AdA ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online associate:

Risultato atteso:RA2: Sviluppare le strategie di acquisizione e di gestione del portfolio clienti, monitorandone l'andamento, valutando il raggiungimento degli obiettivi commerciali e definendo il sistema di incentivazione delle risorse di vendita

Definizione delle politiche di incentivazione della forza di vendita

Sviluppo di strategie per l'acquisizione e la gestione del portafoglio clienti dell'impresa

Valutazione del raggiungimento degli obiettivi commerciali

### **CONOSCENZE**

Normativa vigente in materia di tutela dei consumatori e vendite a distanza, per assicurare il rispetto delle relative disposizioni legislative da parte dell'azienda  
Elementi di psicologia e sociologia dei consumi, per favorire una corretta comprensione dei meccanismi alla base del comportamento della clientela  
Tecniche di customer relationship management (CRM), per favorire una rapida,

corretta ed efficiente relazione con la clientela ai fini di migliorare il grado di soddisfazione della stessa

Tecniche di web advertising, per pubblicizzare in maniera efficace i prodotti ed i servizi offerti, utilizzando le potenzialità di Internet

### ABILITÀ/CAPACITÀ

Somministrare questionari di customer's satisfaction ed elaborarne i risultati per monitorare il livello di soddisfazione della clientela

Redigere le istruzioni e/o i manuali d'uso, anche tramite la pubblicazione on-line sul sito Web, per facilitare l'utilizzo delle applicazioni di e-business da parte degli utenti

Promuovere il sito di e-business attraverso l'inserimento dell'indirizzo nei principali motori di ricerca e/o portali per l'accesso in Internet, lo scambio di link con altri siti, ecc...

Prevedere modalità di assistenza al cliente in grado di gestirne con efficienza e rapidità i reclami ed aumentarne il livello di soddisfazione complessivo

Assicurare il tempestivo aggiornamento dell'applicazione alle mutate condizioni di mercato o a nuove esigenze espresse dalla clientela in forma esplicita o potenziale

Analizzare i dati relativi agli accessi al sito Web ed al comportamento degli utenti dell'applicazione e produrre statistiche e rapporti da esaminare con i responsabili aziendali

### **Titolo: Sviluppo dell'applicazione di e-business**

**Descrizione: Partecipare allo sviluppo del software relativo all'applicazione, verificando la sua adeguatezza al modello di e-business previsto e al raggiungimento degli obiettivi definiti dal piano di marketing e dalle strategie commerciali**

### Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.24.04.06 (ex ADA.25.224.724) - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online associate:

Risultato atteso:RA2: Sviluppare le strategie di acquisizione e di gestione del portfolio clienti, monitorandone l'andamento, valutando il raggiungimento degli obiettivi commerciali e definendo il sistema di incentivazione delle risorse di vendita

Definizione delle politiche di incentivazione della forza di vendita  
Sviluppo di strategie per l'acquisizione e la gestione del portafoglio clienti dell'impresa  
Valutazione del raggiungimento degli obiettivi commerciali

## CONOSCENZE

Concetti di base ed architettura di Internet (protocolli, domini, indirizzi, ecc...), per comprendere opportunità e vincoli tecnologici nello sviluppo dell'applicazione di e-business

Concetti di base relativi allo sviluppo di un sito Web mediante strumenti applicativi dedicati, per ridurre costi e tempi di sviluppo

Concetti relativi all'amministrazione di un sito Web per l'e-business, per utilizzare al meglio le potenzialità offerte per un'efficiente gestione delle transazioni da strumenti evoluti di amministrazione

Principi di base della sicurezza delle reti informatiche e dei siti Internet, per collaborare nello sviluppo delle misure atte ad assicurare un adeguato livello di sicurezza nelle transazioni on line

Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali, per assicurare il rispetto delle disposizioni di legge da parte del software sviluppato

Lingua inglese, per comprendere la documentazione, tanto tecnica, che commerciale, redatta in lingua inglese

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Verificare con i responsabili aziendali del progetto di e-business l'adeguatezza delle caratteristiche del software sviluppato, sollecitando eventuali correzioni e modifiche che si dovessero rendere necessarie

Testare il livello di facilità e la piacevolezza nell'utilizzo dell'applicazione da parte dell'utente finale, confrontandolo con quello delle applicazioni sviluppate dalla concorrenza

Garantire la rispondenza delle caratteristiche dell'applicazione di e-business sviluppata alle previsioni del piano di marketing

Collaborare nella definizione dell'interfaccia, dei contenuti e delle modalità di navigazione del sito Web dedicato alle applicazioni di e-business

Assicurare il rispetto del piano dei costi, dei tempi e delle risorse necessarie nell'implementazione dell'applicazione di e-business

Codici ISTAT CP2021 associati

<b>Codice</b>	<b>Titolo</b>
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

#### Codici ISTAT ATECO associati

<b>Codice Ateco</b>	<b>Titolo Ateco</b>
82.20.00	Attività dei call center
82.91.20	Attività di raccolta e fornitura di informazioni commerciali e di rating

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

Copyright 2026 INAPP | All Rights Reserved