

## STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO

### QUALIFICAZIONE DI TECNICO DELLA GESTIONE DI RAPPORTI COMMERCIALI CON I CLIENTI PER LA VENDITA DI PRODOTTI E SERVIZI

#### 1. RAPPORTO FRA UNITÀ DI COMPETENZA E UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO

Unità di Competenza	Unità di Risultati di Apprendimento
---	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro
---	Inquadramento della professione
---	Comunicare in lingua inglese
Analizzare e definire il piano di vendita dell'area\territorio affidato	Mappare l'area di vendita assegnata
	Elaborare un piano vendita
Gestire e sviluppare il portfolio clienti	Gestire e sviluppare il portafoglio clienti
	Comunicare e relazionarsi con i clienti
Gestire la trattativa di vendita e definire gli accordi commerciali	Gestire una trattativa commerciale
	Adempiere le procedure e produrre i documenti di vendita
Gestire assortimenti, ordini, spedizioni e garantire assistenza post vendita	Gestire assortimenti, ordini, spedizioni e servizi post vendita

#### 2. LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE IN USCITA: 5

#### 3. REQUISITI OBBLICATORI DI ACCESSO AL PERCORSO

- Diploma di istruzione secondaria superiore
- Per i cittadini stranieri conoscenza della lingua italiana almeno al livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente
- I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno valido per l'intera durata del percorso o dimostrazione della attesa di rinnovo, documentata dall'avvenuta presentazione della domanda di rinnovo del titolo di soggiorno

#### 4. ARTICOLAZIONE, PROPEDEUTICITÀ E DURATE MINIME

O.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di Risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FAD	Crediti Formativi
1	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientamento al ruolo</li> <li>• I diritti ed i doveri del datore e del prestatore di lavoro</li> <li>• I contratti nazionali e collettivi</li> <li>• Il contratto a tempo determinato e indeterminato</li> <li>• Il contratto di apprendistato: caratteristiche, riferimenti normativi</li> <li>• Gli sbocchi professionali</li> <li>• Principi etici fondamentali</li> </ul>	Inquadramento della professione	5	0	Non ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
2	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie e tecniche di marketing strategico e operativo</li> <li>• Principi e tecniche di analisi di mercato</li> <li>• Metodologie di reporting di andamento e previsionali</li> <li>• Tecniche di benchmarking e analisi della concorrenza</li> </ul> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare il mercato di propria competenza per rilevare i bisogni\desideri della domanda ed individuare eventuali vuoti di offerta anche in relazione ai concorrenti</li> <li>• Analizzare le tipologie di clienti, anticipare le loro esigenze e formulare strategie e tattiche di vendita mirate per ciascuno dei target selezionati</li> <li>• Formulare previsioni di vendita attraverso la consultazione e la proiezione delle tendenze passate</li> </ul>	Mappare l'area di vendita assegnata	30	0	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
3	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi di economia e management aziendale</li> <li>• Principi di organizzazione aziendale</li> <li>• Tecniche di pianificazione commerciale</li> </ul>	Elaborare un piano vendita	40	0	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecniche di pianificazione e controllo</li> </ul> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definire obiettivi di vendita raggiungibili e coerenti agli obiettivi di marketing e alle risorse economiche, finanziarie, strumentali ed umane dell'azienda sia in termini di politiche di servizio offerte ai clienti che in termini di volumi di vendita</li> <li>• Fornire indicazioni e proposte (anche customizzate) per lo sviluppo e/o modifica dei prodotti\servizi utili al raggiungimento degli obiettivi di vendita in linea con le potenzialità dell'azienda e le richieste del mercato</li> <li>• Definire tattiche di prodotto\servizio, prezzo, distribuzione, e comunicazione differenziate ed incentivanti</li> <li>• Definire modalità di valutazione e controllo del piano di vendita individuando, se necessario, azioni correttive</li> </ul>				valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
4	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie di vendita e gestione del cliente</li> <li>• Strategie di fidelizzazione della clientela</li> <li>• Strategie e tecniche di digital marketing</li> <li>• Principi e tecniche di customer satisfaction</li> <li>• I sistemi CRM (Customer Relationship Management)</li> <li>• Principi di pianificazione ed organizzazione del lavoro</li> <li>• Normativa sul trattamento e conservazione dei dati personali</li> </ul> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire nuovi clienti e fidelizzare i clienti già acquisiti</li> <li>• Impiegare le nuove tecnologie per intercettare consumatori potenzialmente interessati all'acquisto dei prodotti o servizi offerti</li> <li>• Raccogliere ed elaborare in un data base strutturato i dati relativi ai comportamenti di acquisto e di consumo della clientela individuando le strategie e le azioni necessarie per adattarsi ai cambiamenti in atto</li> <li>• Monitorare il grado di soddisfazione del cliente e pianificare azioni dirette a migliorare i processi vendita e di erogazione dei servizi</li> </ul>	Gestire e sviluppare il portafoglio clienti	40	0	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizzare tecniche di profilazione dei clienti attraverso l'analisi delle transazioni o delle altre informazioni disponibili</li> <li>• Organizzare il portafoglio clienti sulla base del loro valore per l'impresa suddividendolo in cluster e prevedendo per ciascuno di essi modalità e condizioni di vendita e di relazione diverse attraverso la pianificazione dei contatti e delle attività di visita utili</li> <li>• Pianificare azioni per accrescere il valore del portafoglio clienti in termini quantitativi e qualitativi</li> <li>• Conservare i clienti che generano maggiore profitto, incrementandone la redditività nel tempo individuando strategie di cross - selling (offrire prodotti o servizi aggiuntivi rispetto a quanto già acquistato dal cliente) o di up – selling (proporre versioni qualitativamente superiori del prodotto o servizio iniziale)</li> </ul>				
5	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie e tecniche di Marketing relazionale</li> <li>• Strategie di Leadership</li> <li>• Elementi di psicologia della comunicazione</li> <li>• Principi di comunicazione visiva</li> <li>• Tecniche di comunicazione efficace e relazionale</li> <li>• Tecniche e strumenti di Direct marketing</li> <li>• Tecniche di problem solving</li> <li>• Sistemi operativi e software applicativi</li> </ul> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applicare modalità diversificate di comunicazione e di relazione con le diverse tipologie di clienti utilizzando un mix di mezzi di comunicazione (messaggi, mail, telefonate, incontri, partecipazione a fiere ed eventi di settore etc.)</li> <li>• Fronteggiare le esigenze variegiate dei propri clienti e chiarire dubbi attraverso risposte efficaci e risolutive</li> <li>• Preparare presentazioni e fornire indicazioni utili all'ufficio marketing sui canali e materiali di comunicazione utili a supportare le attività di promozione e vendita</li> </ul>	Comunicare e relazionarsi con i clienti	30	0	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
6	<b>Conoscenze</b>	Gestire una trattativa commerciale	40	0	Amnesso il

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti</li> <li>• Principi di comunicazione persuasiva</li> <li>• Tecniche di comunicazione interpersonale efficace</li> <li>• Tecniche di negoziazione e intermediazione</li> <li>• Tecniche di gestione della trattativa commerciale</li> <li>• I ruoli d'acquisto ed il processo decisionale del consumatore</li> <li>• Strategie e tecniche di promozione e vendita</li> </ul> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instaurare una relazione di fiducia ed un clima favorevole alla trattativa</li> <li>• Esporre e spiegare i requisiti funzionali e tecnici dei prodotti/servizi offerti valorizzandone le performance rispetto alla concorrenza ed indicando i vantaggi funzionali al business dell'azienda</li> <li>• Condurre la trattativa decodificando i bisogni e le esigenze delle parti coinvolte e rimodulando la comunicazione in relazione ai feedback rilevati</li> <li>• Gestire la trattativa commerciale bilanciando gli interessi aziendali con le esigenze espresse dal cliente</li> <li>• Facilitare ed orientare il processo decisionale del cliente utilizzando tecniche persuasive per la descrizione delle alternative, delle promozioni e delle facilitazioni previste</li> <li>• Applicare tecniche di comunicazione efficace nel presentare modalità e condizioni di pagamento</li> <li>• Concludere la trattativa descrivendo gli aspetti e le condizioni dell'accordo commerciale concordate</li> </ul>				<p>riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali</p>
7	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementi di diritto commerciale</li> <li>• Normativa sui contratti di compravendita</li> <li>• Adempimenti fiscali relativi all'intermediazione commerciale</li> <li>• Elementi di contabilità commerciale</li> <li>• Sistemi e modalità di pagamento</li> <li>• Tipologie e procedure di finanziamento</li> <li>• Adempimenti e procedure amministrative del processo di vendita</li> <li>• Tecniche di redazione dei documenti di vendita (preventivi,</li> </ul>	<p>Adempiere le procedure e produrre i documenti di vendita</p>	30	0	<p>Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali</p>

	<p>conferme d'ordine, fatture etc.)</p> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestire tutte le procedure ed elaborare i documenti di vendita anche attraverso l'impiego di software gestionali</li> <li>• Formulare proposte di acquisto di servizi e prodotti personalizzate elaborando offerte promozionali nei limiti delle condizioni e possibilità dell'azienda</li> <li>• Predisporre preventivi descrivendo l'offerta ed indicando i costi e le condizioni di consegna e/o erogazione servizio convenute durante la trattativa</li> <li>• Attuare gli adempimenti e le procedure amministrative per redigere e trasmettere le conferme d'ordine monitorando il processo di evasione dell'ordine fino alla consegna al cliente e ai servizi post vendita previsti</li> <li>• Applicare le procedure previste per la raccolta e l'inoltro della documentazione necessaria all'istruttoria per le operazioni di finanziamento</li> </ul>				
8	<p><b>Conoscenze</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principi e tecniche di Marketing operativo</li> <li>• La leva della distribuzione nel marketing mix</li> <li>• Processi e servizi della distribuzione commerciale</li> <li>• Tecniche di pianificazione e gestione degli assortimenti</li> <li>• Marketing e sistema di qualità dei servizi</li> <li>• Tecniche di controllo e valutazione</li> <li>• Principi e tecniche di organizzazione del lavoro</li> <li>• Tecniche di redazione di un report</li> </ul> <p><b>Abilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definire ampiezza, profondità e varietà degli assortimenti valutando i trend di sviluppo di consumo e di acquisto dei consumatori, la capacità produttiva dell'azienda e le caratteristiche dei canali di distribuzione selezionati</li> <li>• Gestire, anche attraverso l'impiego di gestionali aziendali, gli ordini e le spedizioni allineando le divisioni aziendali coinvolte nell'evasione</li> </ul>	Gestire assortimenti, ordini, spedizioni e servizi post vendita	30	0	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificare la capacità di evadere gli ordini valutando prezzo, situazione finanziaria del cliente, quantità ordinate, disponibilità di magazzino, capacità produttiva attuale, tempi di consegna richiesti</li> <li>• Organizzare le consegne e le modalità di erogazione dei servizi applicando i principi di efficienza operativa e riduzione dei costi delle attività nel rispetto degli standard di qualità definiti</li> <li>• Monitorare lo stato dei pagamenti valutando il volume ed il valore delle vendite</li> <li>• Elaborare report periodici sull'andamento delle vendite rilevando eventuali cambiamenti o scostamenti ed individuando le informazioni ed i dati significativi per la programmazione delle strategie di business</li> </ul>				
9	<b>Conoscenze</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lingua inglese e terminologia di settore</li> </ul>	Comunicare in lingua inglese	40	0	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
10	<b>Conoscenze</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislazione sulla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e applicazione delle norme di sicurezza</li> <li>• Gli obblighi del datore di lavoro e del lavoratore</li> </ul> <b>Abilità</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizzare la prevenzione in azienda</li> <li>• Applicare i protocolli di prevenzione e riduzione del rischio professionale</li> </ul>	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro	8	4	Amnesso credito di frequenza con valore a priori riconosciuto a chi ha già svolto con idonea attestazione (conformità settore di riferimento e validità temporale) il corso conforme all'Accordo Stato - Regioni 21/12/2011 - Formazione dei lavoratori ai sensi dell'art. 37 comma 2 del D.lgs. 8 1/2008

## **5. TIROCINIO CURRICULARE**

Durata minima tirocinio, al netto dell'eventuale riconoscimento di crediti formativi di frequenza: 140 ore

Durata massima tirocinio: 200 ore

## **6. UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO AGGIUNTIVE**

A scopo di miglioramento/curvatura della progettazione didattica, nel limite massimo del 10% delle ore totali di formazione, al netto del tirocinio curriculare

## **7. METODOLOGIA DIDATTICA**

Le unità di risultato di apprendimento vanno realizzate attraverso attività di formazione d'aula specifica e metodologia attiva

## **8. VALUTAZIONE DIDATTICA DEGLI APPRENDIMENTI**

Obbligo di tracciabile valutazione didattica degli apprendimenti per singola Unità di risultati di apprendimento

## **9. GESTIONE DEI CREDITI FORMATIVI**

- Credito di ammissione: riconoscibile attraverso valutazione degli apprendimenti formali, non formali e informali dei richiedenti svolta da operatore abilitato, in applicazione della procedura regionale, con riferimento a risultati di apprendimento EQF 4
- Crediti formativi di frequenza: Percentuale massima riconoscibile 30% sulla durata di ore d'aula o laboratorio; 50% su tirocinio curriculare, al netto degli eventuali crediti con valore a priori.

## **10. REQUISITI PROFESSIONALI E STRUMENTALI**

Qualificazione dei formatori, di cui almeno il 50% esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento.

STANDARD MINIMO DI ATTREZZATURE: Laboratorio informatico (un pc per ogni due allievi)

#### **11. ATTESTAZIONE IN ESITO RILASCIATA DAL SOGGETTO ATTUATORE**

Documento di formalizzazione degli apprendimenti, con indicazione del numero di ore di effettiva frequenza. Condizioni di ammissione all'esame finale: frequenza di almeno il 70% delle ore complessive del percorso formativo.

#### **12. ATTESTAZIONE IN ESITO AD ESAME PUBBLICO**

Certificato di qualificazione professionale rilasciato ai sensi del D.lgs 13/13