Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Operatore per la lavorazione dei prodotti e la commercializzazione dei prodotti di carne e salumi (35)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello A
Descrizione	Si occupa dell'intero processo di preparazione e lavorazione dei prodotti alimentari freschi destinati al consumo (carni, salumi, insaccati, formaggi, prodotti pronti, ecc.), del confezionamento, del rifornimento del banco e del ricevimento e del controllo delle merci. Si occupa, infine, direttamente della vendita al cliente, quand'essa non è a libero servizio, consigliando i clienti nel momento dell'acquisto e fornendo indicazioni sulla qualità e sulle caratteristiche dei prodotti in vendita

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Opera generalmente con contratto di lavoro dipendente sia all'interno di esercizi commerciali di medie e grandi dimensioni di varie tipologie distributive (distribuzione moderna, organizzata, cooperative di consumo, piccole e medie imprese indipendenti), che in contesti di piccolo commercio tradizionale (negozi specializzati, ad es. macellerie, gastronomie, rosticcerie, ecc.), dove la figura professionale può coincidere, in contesti di micro impresa, anche con il titolare/esercente dell'esercizio
Collocazione contrattuale	Relativamente alla dimensione dell'impresa e al contesto aziendale di riferimento, la figura professionale è generalmente inquadrata dal III livello al V livello del CCNL del settore di riferimento. In contesti di piccoli esercizi commerciali, la figura può talvolta coincidere con il titolare/imprenditore del punto di vendita. Frequente l'impiego della figura per periodi limitati (con contratti a termine) soprattutto in momenti di maggiore afflusso di clientela. Relativamente agli orari di lavoro, se la figura opera in contesti di grande distribuzione, è frequente l'impiego del part time e l'organizzazione in turni di lavoro con l'adozione di orari atipici. All'interno dei piccoli esercizi, è ancora utilizzato l'orario suddiviso mattina/pomeriggio; tuttavia, anche in tali contesti, gli orari di apertura e chiusura subiscono variazioni legate alla localizzazione del punto vendita
Collocazione organizzativa	Se la figura professionale opera in contesti di grande distribuzione, l'organizzazione del lavoro è in squadre, all'interno di uno specifico

	reparto (ad esempio macelleria o gastronomia); in tali contesti la figura risponde al capo reparto di riferimento
Opportunità sul mercato del lavoro	Anche negli attuali contesti aziendali della grande distribuzione, la figura professionale conserva una spiccata artigianalità, seppur con l'ausilio di macchinari e tecnologie di lavorazione più evolute, che consentono condizioni di lavoro più salubri e sicure rispetto al passato. Dal punto di vista del mercato del lavoro, la figura professionale è molto ricercata soprattutto dalle aziende della grande distribuzione e risulta una delle figure più difficili da reperire nel settore commerciale. Frequentemente, tale professionalità trova occasioni per passare da contesti di piccolo commercio tradizionale a quelli costituiti dalle catene della grande distribuzione
Percorsi formativi	Non sono richiesti particolari requisiti di istruzione. All'interno di medie e grandi imprese della grande distribuzione si preferisce il possesso di un titolo di istruzione secondaria superiore. Per acquisire tale professionalità occorre anche qualche anno di esperienza, necessario per acquisire la competenza e la preparazione adeguata. Non esiste, infatti, una formazione medio-superiore specifica, ma possono essere frequentati corsi di formazione professionale. Molta della formazione avviene "on the job", osservando ed assistendo gli operatori più esperti

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	741 - FOOD PROCESSING AND RELATED TRADES WORKERS - 7412 - Bakers, pastry-cooks and confectionery makers 512 - HOUSEKEEPING AND RESTAURANT SERVICES WORKERS - 5122 - Cooks 522 - SHOP SALESPERSONS AND DEMONSTRATORS - 5220 - Shop salespersons and demonstrators
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.2.0 - Commessi delle vendite al minuto 5.1.2.1.0 - Commessi delle vendite all'ingrosso 5.1.1.2.2 - Esercenti delle vendite al minuto nei mercati e in posti assegnati 6.5.1.1.2 - Norcini
ATECO 2007	10.13.00 - Produzione di prodotti a base di carne (inclusa la carne di volatili) 46.32.10 - Commercio all'ingrosso di carne fresca, congelata e surgelata 46.32.20 - Commercio all'ingrosso di prodotti di salumeria 47.22.00 - Commercio al dettaglio di carni e di prodotti a base di carne 47.81.03 - Commercio al dettaglio ambulante di carne 47.81.09 - Commercio al dettaglio ambulante di altri prodotti alimentari e bevande nca

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Allestimento e rifornimento del banco e del locale adibito alla vendita
Descrizione della performance	Provvedere all'allestimento e al rifornimento del banco contribuendo all'organizzazione del locale/reparto da adibire alla vendita dei prodotti secondo le direttive aziendali
UC	411
Capacità-abilità	Allestire il banco vendita e quello a libero servizio secondo i principi di merchandising, marketing e le scelte promozionali dell'azienda, utilizzando tecniche decorative per guarnire i prodotti predisponendo basi ed alzate Curare il corretto trasferimento dei prodotti dal magazzino/celle frigo all'area vendita e viceversa, verificando l'integrità dei prodotti e rispettando la normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro e la normativa igienico-sanitaria Mantenere l'adeguato assortimento dei prodotti al fine di evitare rotture di stock, effettuando la corretta rotazione dei prodotti nel rispetto delle scadenze Mantenere l'ordine nei locali rispettando la collocazione dei prodotti nelle specifiche aree di lavoro, rendendo accogliente l'ambiente di vendita, aggiornando regolarmente la cartellonistica per la comunicazione al cliente
Conoscenze	Modalità di utilizzo delle attrezzature per lo scarico e la movimentazione interna delle merci per favorire un corretto utilizzo nelle fasi del processo di lavoro nel rispetto della normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro e della normativa igienico-sanitaria Normative del commercio e della vendita di alimenti Nozioni di marketing, tecniche di merchandising e gestione del display per la corretta gestione degli spazi vendita Procedure e strumenti per la corretta marcatura/prezzatura dei prodotti Regole e tecniche di rotazione dei prodotti alimentari e di smaltimento dei prodotti scaduti Regole e tecniche di trasferimento di informazioni (es. dati relativi all'andamento delle vendite) al fine di informare costantemente la direzione o i diretti superiori delle dinamiche di vendita del reparto/punto vendita Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con colleghi, superiori, fornitori e clienti Tecniche di problem solving e decision making per la gestione in autonomia degli spazi e degli strumenti espositivi

	Tipologie e provenienza dei prodotti, prezzi e quotazioni e fabbisogni delle merci alto rotanti al fine di ottimizzare il rifornimento dei prodotti

Denominazione AdA	Cura del processo di vendita al cliente
Descrizione della performance	Soddisfare le esigenze del cliente fornendo il prodotto richiesto e utilizzando tecniche di comunicazione per orientare e fidelizzare nel rispetto di standard di qualità di efficienza del servizio
UC	412
Capacità-abilità	Accogliere il cliente all'arrivo al banco vendita/locale, orientarlo e consigliarlo rispetto ai prodotti offerti al fine di soddisfare le richieste espresse Espletare le operazioni di riscossione e di registrazione della vendita, rispettando le normative in materia fiscale ed eventualmente emettere fatture o ricevute (se il servizio cassa è presente nel punto vendita o reparto) Fornire informazioni tecniche al cliente sui prodotti offerti, suggerimenti per le scelte e possibili alternative di acquisto, sui metodi di produzione, di conservazione e preparazione, proponendo offerte speciali e assaggi per la degustazione Monitorare le esigenze e i consumi di acquisto dei clienti e raccogliere eventuali reclami/lamentele espressi e segnalarli ai referenti competenti al fine di migliorare il servizio offerto
Conoscenze	Caratteristiche, qualità, provenienza, prezzo dei prodotti al fine di fornire informazioni specifiche e tecniche sui prodotti Elementi di culinaria, regole e modalità di consumo e abbinamento dei cibi al fine di consigliare al meglio i clienti Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Regole e procedure di controllo e sorveglianza dell'area di vendita al fine di prevenire furti o danneggiamenti a cose o persone Strategie e obiettivi tecnologici, produttivi ed organizzativi dell'impresa e standard di qualità per rispondere al meglio alle esigenze e direttive dell'impresa Tecniche di comunicazione e vendita per la gestione efficace delle relazioni con colleghi, superiori, fornitori e clienti Tipologie di clientela e relativi comportamenti di acquisto per decodificare i bisogni dei clienti, anche applicando modalità e criteri esperienziali

Denominazione AdA	Gestione degli ordini e stoccaggio degli approvvigionamenti
Descrizione della performance	Contribuire alla gestione degli ordini e al ricevimento, controllo e stoccaggio degli approvvigionamenti e delle derrate alimentari rispettando gli standard di qualità e di igiene previsti dalla normativa del comparto, in coerenza ai parametri e i criteri definiti dall'azienda

UC	410
Capacità-abilità	Applicare regole e criteri di stivaggio ed immagazzinamento dei prodotti negli appositi locali rispettando le procedure per la conservazione dei prodotti Contattare i fornitori indicando tipologia e quantità della merce da consegnare, definendo le modalità e i tempi di consegna delle merci con la predisposizione della documentazione relativa all'esecuzione dell'ordine Controllare i prodotti in ingresso sia dal punto di vista quantitativo (conformità rispetto all'ordinativo) che qualitativo (verificare scadenze e standard di qualità), individuando possibili prodotti non conformi eventualmente da restituire Effettuare operazioni di scarico e trasferimento dei prodotti dai mezzi di trasporto alla struttura di vendita (magazzino, punto vendita) con la predisposizione della documentazione relativa alla ricezione e registrazione delle merci Registrare i fabbisogni relativi ai prodotti mancanti nel banco libero servizio e per la vendita
Conoscenze	Caratteristiche e funzionamento delle attrezzature di conservazione/refrigerazione impiegate e relativi sistemi di regolazione per favorire un corretto utilizzo nella fasi del processo di lavoro Elementi di tecnica-commerciale di base per negoziare e gestire le relazioni commerciali con i fornitori Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e sulla sicurezza nei luoghi di lavoro Nozioni di base di informatica e programmi dedicati e utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (tel, fax, etc.) Procedure di controllo quantitativo e qualitativo dei prodotti in arrivo, con l'utilizzo di tecniche anche di tipo esperienziale per il riconoscimento delle caratteristiche di qualità, freschezza e provenienza dei prodotti Provenienza, tracciabilità dei prodotti e caratteristiche di deperibilità delle diverse tipologie di prodotti Sistemi e metodi di immagazzinamento e stoccaggio delle merci con l'utilizzo di attrezzature per lo scarico e il trasporto interno (carrelli, paranchi, ecc.) Tecniche di valutazione e gestione delle scorte di magazzino in funzione dell'andamento delle vendite e degli standard dei fabbisogni di breve periodo delle diverse tipologie di prodotti

Denominazione AdA	Preparazione di prodotti alimentari freschi (carni, salumi, formaggi, ecc.)
Descrizione della performance	Preparare le materie prime, le attrezzature e i macchinari per la lavorazione di prodotti alimentari freschi (carni, salumi, formaggi, ecc..) in base alle diverse tipologie di prodotto e nel rispetto della normativa igienico-sanitaria

UC	409
Capacità-abilità	Confezionare i prodotti per la vendita al banco e a libero servizio mediante l'utilizzo corretto delle varie attrezzature (nastro per plastificazione, strumenti di pesatura, etichettatrice, ecc.) e verificando la corretta esecuzione delle diverse operazioni Porzionare a macchina i vari pezzi di carne per la vendita a banco e libero servizio Preparare i prodotti pronti per la cottura e per il consumo per la vendita a banco e libero servizio secondo le direttive aziendali e le esigenze espresse dai clienti Preparare i salumi e i formaggi per la vendita a banco e libero servizio secondo le direttive aziendali e le esigenze espresse dai clienti Preparare la carne macellata per la successiva fase di lavorazione
Conoscenze	Caratteristiche e funzionamento degli strumenti di pesatura (ad es. bilance elettroniche), delle attrezzature e degli impianti di cottura/refrigerazione per favorire un corretto utilizzo nelle fasi del processo di lavoro Caratteristiche e funzionamento delle strumentazioni per il confezionamento (macchina termosaldatrice, macchina per il sottovuoto, etc.) per favorire un corretto utilizzo nelle fasi del processo di lavoro Caratteristiche, provenienza e deperibilità delle diverse tipologie di prodotti Metodi di stagionatura e di conservazione dei salumi e dei formaggi Metodi e tecniche di affilatura per l'utilizzo degli strumenti da taglio ed altri utensili (mannaie, coltelli, affettatrice, tritacarne, coltelleria varia, coltelli piccoli da disosso, coltello grosso da disegno, tritacarne etc.) Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Parti anatomiche degli animali per procedere correttamente nella lavorazione Tecniche di confezionamento delle differenti tipologie di prodotti per la fase di vendita al banco tradizionale e per la fase di allestimento del banco a libero servizio Tecniche di lavorazione per la disossatura, sezionatura, frollatura, sfesatura, rifilatura, macinatura, taglio a filo (a mano o a macchina), macinatura, pulitura, sgrassatura e legatura della carne Tecniche di preparazione di prodotti a base di carni pronte per cottura e consumo per la preparazione di pietanze secondo il ricettario aziendale

Denominazione AdA	Pulizia e manutenzione delle attrezzature, delle dotazioni e dell'area di vendita
Descrizione della performance	Effettuare la sistemazione, la manutenzione e la pulizia delle attrezzature, dotazioni e dell'area di vendita nel pieno rispetto delle

	normativa igienico-sanitaria per garantirne durata nel tempo ed efficienza
UC	413
Capacità-abilità	Conservare i principali strumenti/indumenti e dispositivi di sicurezza e di sanificazione nel rispetto delle norme di sicurezza della persona, dei locali e delle attrezzature Effettuare la manutenzione ordinaria dei macchinari e delle apparecchiature per la lavorazione secondo la normativa igienico-sanitaria e secondo i parametri definiti dall'azienda Eseguire le necessarie operazioni periodiche di igienizzazione e sanificazione delle attrezzature, delle dotazioni, degli utensili utilizzati, degli scaffali e delle vetrine, del banco, dell'area della vendita e delle superfici di locali adibiti a magazzino con l'ausilio di prodotti specifici secondo la normativa igienico-sanitaria e secondo i parametri definiti dall'azienda
Conoscenze	Caratteristiche dei diversi prodotti per la pulizia (detergenti, sgrassanti, igienizzanti, ecc.) disponibili sul mercato per operare scelte adeguate alle opzioni di impiego del prodotto Caratteristiche e funzionalità delle attrezzature per la pulizia per svolgere correttamente il compito nel rispetto di quanto previsto dalla normativa Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Operatore per la lavorazione e la commercializzazione dei prodotti della panificazione/pasticceria (34)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello A
Descrizione	Si occupa dell'intero processo di produzione (dal reperimento materie prime al prodotto confezionato), applicando le tecniche più appropriate per la preparazione di paste di base, dolci elaborati, prodotti panari e prodotti sostitutivi del pane; si occupa direttamente del servizio di vendita al cliente collaborando alla gestione della merce, all'allestimento del banco vendita e/o della vetrina per la promozione e la diffusione dei prodotti

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Opera generalmente con contratto di lavoro dipendente sia all'interno di esercizi commerciali di medie e grandi dimensioni di varie tipolgie distributive (distribuzione moderna, organizzata, cooperative di consumo, piccola e media impresa indipendente), che in contesti di piccolo commercio tradizionale (negozi specializzati, panifici, pasticcerie, ecc.); in contesti di microimpresa, la figura professionale può coincidere anche con il titolare/esercente dell'esercizio. A questa figura è richiesta disponibilità allo svolgimento del lavoro in orari notturni lunghi e ripetitivi - generalmente dalle due di notte fino alle dieci della mattina successiva, adattamento a difficili condizioni climatiche e resistenza fisica
Collocazione contrattuale	Opera generalmente con contratto di lavoro dipendente e, a seconda della dimensione dell'impresa e del contesto aziendale, la figura professionale è generalmente inquadrata dal III Livello al IV Livello del CCNL del settore di riferimento
Collocazione organizzativa	Opera all'interno di 'botteghe' (imprese di produzione e vendita) o di laboratori della grande distribuzione
Opportunità sul mercato del lavoro	Nella piccola distribuzione le opportunità di carriera si orientano verso la libera professione, mentre nella grande distribuzione verso il ruolo di capo reparto
Percorsi formativi	La formazione di questa professionalità passa attraverso almeno un tirocinio formativo in azienda della durata di tre o sei mesi, indispensabile per comprendere il posizionamento della figura e i

	compiti previsti dalle fasi dei processi gestionali in cui dovrà essere coinvolta. Non sono richiesti titoli di studio particolari se si opera nella piccola distribuzione, mentre è preferito il possesso del titolo di istruzione secondaria superiore per l'accesso alla stessa posizione nella grande distribuzione organizzata. Sono richieste, oltre ad una serie di attitudini professionali, anche la predisposizione alla cura per l'ordine, al gusto estetico e alla creatività. Ulteriori requisiti che facilitano l'accesso al lavoro sono l'aver conseguito una qualifica professionale attinente al settore ed essere in regola con la normativa igienico-sanitaria vigente. A questa figura professionale sono richieste buone doti relazionali e flessibilità indispensabili per la collaborazione con i colleghi e con i clienti

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	827 - FOOD AND RELATED PRODUCTS MACHINE OPERATORS - 8274 - Baked-goods, cereal and chocolate-products machine operators 741 - FOOD PROCESSING AND RELATED TRADES WORKERS - 7412 - Bakers, pastry-cooks and confectionery makers 522 - SHOP SALESPERSONS AND DEMONSTRATORS - 5220 - Shop salespersons and demonstrators
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.2.0 - Commessi delle vendite al minuto 5.1.2.1.0 - Commessi delle vendite all'ingrosso 5.1.1.2.2 - Esercenti delle vendite al minuto nei mercati e in posti assegnati 6.5.1.2.1 - Panettieri 6.5.1.3.1 - Pasticcieri e cioccolatai
ATECO 2007	10.71.10 - Produzione di prodotti di panetteria freschi 10.71.20 - Produzione di pasticceria fresca 46.36.00 - Commercio all'ingrosso di zucchero, cioccolato, dolciumi e prodotti da forno 47.24.10 - Commercio al dettaglio di pane 47.24.20 - Commercio al dettaglio di torte, dolciumi, confetteria

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Allestimento e rifornimento del banco e del locale adibito alla vendita
Descrizione della performance	Provvedere all'allestimento e al rifornimento del banco contribuendo all'organizzazione dei locali da adibire alla vendita dei prodotti, secondo le direttive aziendali
UC	450

Capacità-abilità	Aggiornarsi su tendenze del mercato ed esigenze della clientela per operare scelte di immagine a fronte di una strategia promozionale adeguata Allestire il banco vendita e quello a libero servizio secondo i principi di merchandising, marketing e le scelte promozionali dell'azienda, utilizzando tecniche decorative per guarnire i prodotti predisponendo basi ed alzate Controllare lo stato di conservazione dei prodotti in allestimento, in funzione delle caratteristiche di deperibilità e dei livelli di rotazione Mantenere l'ordine nei locali rispettando la collocazione dei prodotti nelle specifiche aree di lavoro, rendendo accogliente l'ambiente di vendita e aggiornando la cartellonistica per la comunicazione al cliente Verificare la presenza dei prodotti finiti necessari quotidianamente e nel medio periodo per l'allestimento
Conoscenze	Elementi di merchandising e di marketing per individuare soluzioni promozionali di allestimento adeguate alle richieste del cliente e in linea con le esigenze del mercato Materiali e tecniche decorative per realizzare allestimenti coerenti con le tendenze del mercato di riferimento Procedure interne di gestione della merce per ottimizzare i tempi e degli spazi adibiti a magazzino Sistemi (anche informatici) di gestione della merce per rintracciare con efficienza dati e informazioni Tecniche espositive per ottimizzare lo spazio di vendita

Denominazione AdA	Cura del processo di vendita
Descrizione della performance	Soddisfare le esigenze del cliente fornendo il prodotto richiesto e utilizzando tecniche di comunicazione per orientare e fidelizzare nel rispetto di standard di qualità e di efficienza del servizio
UC	451
Capacità-abilità	Accogliere il cliente all'arrivo al banco vendita/locale, orientandolo e consigliandolo rispetto ai prodotti offerti al fine di soddisfare le richieste espresse Espletare le operazioni di riscossione e di registrazione della vendita, rispettando le normative in materia fiscale ed eventualmente emettere fatture o ricevute (se il servizio cassa è presente nel punto vendita o reparto) Monitorare le esigenze e i consumi di acquisto dei clienti, raccogliere eventuali reclami/lamentele espressi e segnalarli ai referenti competenti al fine di migliorare il servizio offerto Orientare la scelta del cliente, fornendo informazioni sulle caratteristiche dei prodotti, fornendo suggerimenti per le scelte e possibili alternative di acquisto, e proponendo offerte speciali e assaggi per la degustazione
Conoscenze	Caratteristiche del servizio di cassa per effettuare le operazioni di

	riscossione nel rispetto della procedura e delle normative fiscali Nozioni di marketing e tecniche di vendita per scegliere strategie efficaci rispetto all'obiettivo di vendita Principi della comunicazione per fornire informazioni utilizzando stili comunicativi e strategie adeguati al contesto Principi della customer satisfaction per comprendere la psicologia del cliente e le motivazioni di certi orientamenti di acquisto Tecniche di negoziazione e di gestione del reclamo per intervenire sulle non conformità riscontrate sul servizio offerto ai clienti

Denominazione AdA	Gestione degli ordini e stoccaggio degli approvvigionamenti
Descrizione della performance	Contribuire alla gestione degli ordini ed al ricevimento, controllo e stoccaggio, sia degli approvvigionamenti, che delle derrate alimentari, rispettando gli standard di qualità e di igiene previsti dalla normativa del comparto, in coerenza ai parametri e i criteri definiti dall'azienda
UC	449
Capacità-abilità	Applicare metodi e tecniche di conservazione degli alimenti stoccando le derrate secondo le specifiche esigenze di conservabilità Controllare la merce decodificando le etichette alimentari e controllando lo stato di conservazione, la qualità e la quantità nel rispetto degli ordini effettuati Controllare lo stato di conservazione delle materie prime stoccate in funzione delle caratteristiche di deperibilità e dei livelli di rotazione Pianificare gli ordini sulla base del programma aziendale assicurando la disponibilità delle materie prime necessarie quotidianamente e nel medio periodo per i processi lavorativi Verificare il rispetto dei tempi di consegna dei fornitori segnalando le non conformità riscontrate
Conoscenze	Caratteristiche, procedure e tecniche di conservazione dei prodotti per ottimizzare il loro utilizzo e monitorare i tempi per il rifornimento del magazzino Fabbisogni di breve periodo delle diverse tipologie di prodotti per assicurare il rifornimento del magazzino Metodi e supporti informatici per la gestione degli ordini e dei fornitori Modalità e tempi di conservazione delle materie prime per ottimizzarne l'impiego nella preparazione delle ricette Normativa igienico-sanitaria, procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Sistemi e metodi di immagazzinamento e stoccaggio per l'ottimizzazione dell'efficacia del processo

Denominazione AdA	Preparazione di prodotti panari, dolciari, da forno

Descrizione della performance	Preparare le materie prime, le attrezzature, i macchinari e provvedere alla lavorazione di paste di base, dolci elaborati, prodotti panari e prodotti sostitutivi del pane in base alle diverse tipologie di prodotti e nel rispetto delle normative igienico-sanitarie
UC	448
Capacità-abilità	Analizzare le caratteristiche fisico-chimiche e merceologiche delle materie prime Confezionare i prodotti utilizzando gli strumenti e i macchinari necessari ed etichettandoli secondo le normative igienico-sanitarie vigenti Lavorare la pasta lievitata spezzandola e modellandola con rapidità e precisione Monitorare le condizioni climatiche controllando e valutando i tempi di lavorazione in relazione all'intero ciclo produttivo Preparare gli impasti in stampi/forme/teglie per la cottura nel rispetto dei tempi previsti dalle ricette Segnalare anomalie di processo intervenendo con adeguate azioni correttive Selezionare le materie prime (farina, sale, lievito, acqua, etc.) in base alle ricette e/o le schede tecniche di produzione, pesandole, miscelandole e predisponendo le macchine per l'impasto
Conoscenze	Caratteristiche e funzionamento degli strumenti di pesatura e degli strumenti per fermentazione e panificazione Caratteristiche e funzionamento delle macchine impastatrici e degli utensili di lavorazione, delle attrezzature e degli strumenti per la trasformazione delle materie prime e per la cottura degli impasti Caratteristiche, provenienza, deperibilità e resa delle materie prime per operare scelte adeguate di utilizzo Normativa igienico-sanitaria, procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Principi di alimentazione con particolare riferimento agli alimenti utilizzati per la realizzazione dei prodotti ed agli effetti della cottura sugli alimenti Tecniche di modellatura dei prodotti di panificazione a mano o con l'ausilio di stampi per valorizzare la presentazione dei prodotti Tipologie di incarti, involucri e tecniche di confezionamento ed etichettature per realizzare il prodotto finito nel rispetto delle normative vigenti per la vendita al pubblico Tipologie e tecniche di cottura dei prodotti da forno

Denominazione AdA	Pulizia e manutenzione delle attrezzature, delle dotazioni e dell'area di vendita
Descrizione della performance	Effettuare la sistemazione, la manutenzione e la pulizia delle attrezzature, delle dotazioni e dell'area di vendita nel pieno rispetto della normativa igienico-sanitaria per garantirne durata nel tempo ed efficienza

UC	452
Capacità-abilità	Conservare i principali strumenti/indumenti e dispositivi di sicurezza e di sanificazione nel rispetto delle norme di sicurezza sulla persona, sui locali e sulle attrezzature Effettuare la manutenzione ordinaria dei macchinari e delle apparecchiature per la lavorazione secondo la normativa igienico sanitaria e i parametri definiti dall'azienda Eseguire periodicamente le necessarie operazioni di igienizzazione e sanificazione delle attrezzature, delle dotazioni, degli utensili, degli scaffali, delle vetrine, del banco, dell'area di vendita e delle eventuali superfici dei locali adibiti a magazzino con l'ausilio di prodotti specifici secondo la normativa igienico sanitaria e i parametri definiti dall'azienda
Conoscenze	Caratteristiche delle attrezzature e dei macchinari per quanto riguarda le opportune procedure da seguire per la relativa pulizia Caratteristiche e funzionalità dei prodotti per la pulizia per svolgere correttamente il compito nel rispetto delle normative sanitarie e di sicurezza Normativa igienico-sanitaria, procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Operatore per le attività di apertura/chiusura della cassa e di assistenza di base alla clientela (13)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Addetto alle casse
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello A
Descrizione	Rappresenta una delle principali figure di front-office all'interno del punti vendita. Svolge tutte le attività relative all'incasso e al controllo delle merci in uscita dal punto vendita, anche al fine di prevenirne i furti. Fornisce, inoltre, assistenza alla clientela nella verifica dei prezzi e nelle comunicazioni con gli altri responsabili. E' infine un punto di riferimento per la clientela, della quale monitora l'evoluzione delle esigenze espresse; per la notevole visibilità all'interno del punto vendita, ad essa il cliente può rivolgersi anche per ottenere informazioni diverse da quelle di sua competenza

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Opera con contratto di lavoro dipendente ed è presente presso imprese commerciali di dimensioni medie e grandi
Collocazione contrattuale	Relativamente alla dimensione dell'impresa e al contesto aziendale di riferimento, la figura professionale è generalmente inquadrata al IV livello del CCNL del settore di riferimento. Gode di limitata autonomia e discrezionalità cui tuttavia corrispondono elevati livelli di responsabilità rispetto al denaro riscosso
Collocazione organizzativa	Opera quasi esclusivamente in contesti di grande distribuzione, poiché nei punti vendita di piccole dimensioni i compiti svolti da questa figura sono generalmente svolti da quella di addetto alle vendite (vedi Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e per l'allestimento e rifornimento degli scaffali). Si rapporta principalmente al suo capo reparto o supervisore casse ed interagisce inoltre con tutte le altre figure di addetto vendita e con gli altri capi reparto. Gli orari di lavoro - nei limiti indicati dal contratto di riferimento - possono subire notevoli variazioni, poiché questa figura spesso opera con turnazione; è inoltre prevista una notevole flessibilità di impiego in relazione alle ore e ai periodi di maggior afflusso. Per tali motivazioni si riscontra un alto tasso di occupazione femminile
Opportunità sul mercato del lavoro	Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano, per il breve periodo, che la richiesta di occupazione per questa figura

	professionale è stabile. La maggior parte delle richieste dovrebbe provenire dalla imprese di medie dimensioni e interessare prevalentemente manodopera anche priva di particolari specializzazioni (ma non di precedente esperienza) da formare sul campo e/o all'interno dell'azienda. La figura deve utilizzare tecnologie relativamente complesse (POS, scanner per la lettura dei codici a barre) ed ha un ruolo di rilievo, dal punto di vista organizzativo, sia riguardo alla clientela, sia riguardo agli altri settori del punto vendita, poiché è in grado di far rilevare irregolarità (ad esempio nelle operazioni di prezzatura) e disfunzioni (raccogliendo reclami e sollecitazioni della clientela). In alcune aziende si rileva la tendenza a responsabilizzare e professionalizzare maggiormente questa figura, impiegandola anche in attività relative all'accoglienza clienti e gestione dei resi merce, gestione dei reclami e partecipazione periodica alle riunioni dei vari reparti
Percorsi formativi	Per sviluppare questa professionalità non sono richiesti particolari requisisti. Le imprese della grande distribuzione preferiscono, in ogni modo, assumere giovani diplomati. Una prima formazione a questo tipo di professionalità è generalmente fornita dall'azienda in cui questa figura è impiegata, che rappresenta spesso uno dei punti di partenza per lo sviluppo di un percorso di carriera aziendale che può condurre alla supervisione delle operazioni di cassa e alle responsibilità di capo reparto

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	522 - SHOP SALESPERSONS AND DEMONSTRATORS - 5220 - Shop salespersons and demonstrators
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.4.0 - Cassieri di esercizi commerciali 5.1.2.2.0 - Commessi delle vendite al minuto 5.1.2.1.0 - Commessi delle vendite all'ingrosso
ATECO 2007	47.1 - COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI 47.2 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.4 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.5 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.71 - Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati 47.72 - Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati 47.73 - Commercio al dettaglio di medicinali in esercizi specializzati 47.74 - Commercio al dettaglio di articoli medicali e ortopedici in esercizi specializzati 47.75 - Commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati

	47.76 - Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati 47.77 - Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati 47.78 - Commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati 47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano 47.79.20 - Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato 47.79.30 - Commercio al dettaglio di indumenti e altri oggetti usati

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Apertura e chiusura della cassa
Descrizione della performance	Procedere all'esecuzione e al controllo di tutte le operazioni di apertura e chiusura della cassa nel rispetto delle direttive e delle procedure aziendali
UC	414
Capacità-abilità	Effettuare rapporti di cassa periodici secondo le direttive aziendali Preparare la cassa per renderla operativa alle successive operazioni di incasso e pagamento effettuando tutte le disposizioni previste Preparare le operazioni di chiusura cassa al fine di controllare la corrispondenza tra gli incassi registrati e quelli effettivamente acquisiti
Conoscenze	Format e modalità di compilazione della documentazione apertura/chiusura cassa Modalità di funzionamento del registratore fiscale Normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Nozioni base di informatica per l'utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc.) Nozioni in materia di normativa fiscale Procedure per l'apertura e chiusura della cassa

Denominazione AdA	Assistenza di base alla clientela
Descrizione della performance	Soddisfare le esigenze del cliente assicurando un servizio rispondente agli standard di qualità e di efficienza
UC	415

Capacità-abilità	Accogliere i clienti in entrata ed in uscita alla cassa coerentemente alle loro attese e agli obiettivi prefissati dall'impresa, interpretando le caratteristiche e i comportamenti di consumo espressi dai clienti anche con l'ausilio di metodi e criteri esperienzali Attuare le prime misure di controllo per la prevenzione dei furti nell'ottica di salvaguardia dei beni e del patrimonio dell'azienda, contattando, in caso di necessità, il responsabile di riferimento Evadere le richieste dei clienti ascoltando e decodificandone le informazioni ed offrendo informazioni sulle attività promozionali in atto, sulla verifica dei prezzi, su particolari condizioni di vantaggio (fidelity card, sconti, ecc.) e servizi (prolungamenti garanzia, finanziamenti, consegne, ecc.) Monitorare le esigenze e i consumi di acquisto dei clienti, raccogliere eventuali reclami/lamentele espressi e segnalarli ai referenti competenti al fine di migliorare il servizio offerto Presidiare la cassa in modo continuo durante il turno assegnato e garantire un rapido passaggio dei prodotti, vigilando con attenzione sugli acquisti realizzati al fine di prevenire eventuali furti e/o danni ai prodotti causati dal cliente
Conoscenze	Principi e tecniche di ascolto attivo per identificare le esigenze espresse dal cliente Regole e procedure di controllo e sorveglianza dell'area di vendita al fine di prevenire furti o danneggiamenti a cose o persone Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace della relazione con i clienti Tecniche di marketing e vendita per adottare strategie efficaci di comunicazione e di vendita al cliente Tipologia dei prodotti venduti ed informazioni relative a particolari condizioni di vantaggio (fidelity card, sconti, ecc.) Tipologie di clientela e caratteristiche del mercato di riferimento

Denominazione AdA	Registrazione delle vendite, operazioni di cassa e di gestione delle modalità alternative di pagamento
Descrizione della performance	Espletare le operazioni di registrazione delle vendite, di cassa e di gestione delle modalità alternative di pagamento coerentemente ai criteri e agli standard definiti dall'azienda
UC	416
Capacità-abilità	Confezionare la merce acquistata soddisfacendo le richieste del cliente (quando il servizio è presente nel punto vendita/reparto) Gestire il processo di registrazione della vendita utilizzando l'apposita strumentazione (es. scanner) e predisponendo le operazioni necessarie all'uscita della merce dal negozio/punto vendita Gestire la documentazione contabile relativa a fatture/ricevute/scontrini, bolle di accompagnamento, registrazione di merce non trasportabile ecc. Gestire le modalità di pagamento rateali e l'eventuale

	documentazione tecnico-contabile del pagamento, al fine di rispondere all'esigenza del cliente di effettuare forme alternative di pagamento Realizzare le operazioni di incasso del contante al cliente avvalendosi anche di strumenti di pagamento diversi dal contante (POS, carte di credito, assegni, buoni ecc) ed effettuare eventuali operazioni di rettifica
Conoscenze	Caratteristiche dei prodotti venduti (materie prime, prezzo, disposizione nelle corsie o scaffali, ecc.) Caratteristiche e modalità d'uso della moneta elettronica e dei principali mezzi di pagamento Elementi base di contabilità (storni, rettifiche, ecc.) Elementi di base del funzionamento di scanner a lettura ottica e del registratore fiscale Normativa e funzionamento dei pagamenti rateali e relativa agli sgravi fiscali previsti da legge per l'acquisto beni per prima casa e ristrutturazione Nozioni base di informatica per l'utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc.) Operazioni di conto e gestione della documentazione commerciale anche relativa a pagamenti rateali e sgravi fiscali Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per una gestione efficace delle relazioni con i clienti

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e l'allestimento e rifornimento degli scaffali (17)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Addetto alle vendite
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello A
Descrizione	Ha il compito principale di assistere, orientare e informare il cliente per stimolare l'acquisto di un bene o servizio, tenendo conto, da un lato, delle esigenze della clientela, e dall'altro della missione aziendale dell'impresa. Si occupa inoltre di disporre e rifornire gli scaffali e i display con le merci, di gestire i rapporti con i fornitori e di controllare e stoccare la merce (se queste attività non vengono svolte da altri addetti). Nei negozi di minore dimensione si occupa, inoltre, di gestire le operazioni di cassa

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Opera generalmente come lavoratore dipendente. A seconda se opera all'interno di piccoli negozi o in catene di grande distribuzione, le sue attività e la sua autonomia d'azione possono variare molto. Tendenzialmente, in contesti di commercio tradizionale, il grado di autonomia è tanto più ampio quanto maggiore è la delega da parte del titolare dell'esercizio; tale delega è molto ridotta, invece, nella grande distribuzione
Collocazione contrattuale	Relativamente alla dimensione dell'impresa e al contesto aziendale, la figura professionale è generalmente inquadrata dal III livello al V livello del CCNL del settore di riferimento. In contesti di piccoli esercizi commerciali, la figura professionale può talvolta coincidere con il titolare/imprenditore del punto di vendita. E' frequente l'impiego della figura per periodi limitati (con contratti a termine) soprattutto in momenti di maggiore afflusso di clientela. Altrettanto diffuso il part time (scelto soprattutto da donne) e orari di lavoro articolati su turni. Alcuni contratti prevedono schemi di orario atipici come quelli che concentrano 12 ore settimanali nel fine settimana
Collocazione organizzativa	Se la figura professionale opera in contesti di grande distribuzione, l'organizzazione del lavoro è in squadre, all'interno di uno specifico reparto (all'interno dei comparti food o no food); in tale contesto essa risponde del proprio operato al capo reparto di riferimento. Se la figura professionale opera in contesti di piccolo esercizio di vendita, risponde direttamente al titolare o al responsabile del

	negozio. In tali contesti è inoltre necessaria un'elevata disponibilità ad assumersi tutte le mansioni per le quali non esistono professionalità nel negozio e risulta determinante il livello di fiducia acquisito nei confronti del titolare che spesso delega a questa figura la gestione del negozio
Opportunità sul mercato del lavoro	Ricopre un ruolo decisivo nel punto vendita, perché è grazie al suo operato che si crea e si veicola l'immagine del punto vendita adeguata al tipo di clientela servita. Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano, per il breve periodo, un discreto incremento dell'occupazione per questa figura professionale anche determinato dall'alto turnover del settore. La maggior parte di richieste si ritiene proverrà dalle imprese di medie dimensioni e riguarderà prevalentemente manodopera anche priva di particolare specializzazione da formare sul campo e/o all'interno dell'azienda. Attualmente, la quota della presenza di donne supera quella maschile e l'età di ingresso, che si aggira attorno ai 21/23 anni, è relativamente elevata rispetto ai settori industriali, probabilmente a causa della richiesta da parte dei responsabili di negozio di una capacità elevata di assunzione di responsabilità difficilmente conciliabile con la giovanissima età
Percorsi formativi	Per sviluppare questa professionalità non sono previsti percorsi finalizzati al conseguimento di titoli di studio particolari. Nelle aziende della grande distribuzione, come per altre figure professionali, è titolo preferenziale il possesso del titolo di istruzione secondaria superiore e la conoscenza di una lingua straniera. La formazione viene spesso svolta dalle associazioni di categoria o predisposta direttamente dalle imprese commerciali e spesso si traduce in periodi di affiancamento. La mobilità verticale in questo lavoro è legata all'esperienza maturata sul campo, ma è tuttavia poco pronunciata. Nella grande distribuzione questa professionalità può evolvere fino a ricoprire il ruolo di capo reparto

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	522 - SHOP SALESPERSONS AND DEMONSTRATORS - 5220 - Shop salespersons and demonstrators
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.3.4.0 - Addetti all'informazione e all'assistenza dei clienti 5.1.2.2.0 - Commessi delle vendite al minuto 5.1.2.1.0 - Commessi delle vendite all'ingrosso
ATECO 2007	47.1 - COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI 47.2 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.4 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.5 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.71 - Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati

	47.72 - Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati 47.73 - Commercio al dettaglio di medicinali in esercizi specializzati 47.74 - Commercio al dettaglio di articoli medicali e ortopedici in esercizi specializzati 47.75 - Commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati 47.76 - Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati 47.77 - Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati 47.78 - Commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati 47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano 47.79.20 - Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato 47.79.30 - Commercio al dettaglio di indumenti e altri oggetti usati

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	Operatore ai servizi di vendita
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Allestimento e rifornimento degli scaffali e delle isole promozionali
Descrizione della performance	Provvedere all'allestimento e al rifornimento degli scaffali e delle isole promozionali contribuendo all'organizzazione del locale/reparto da adibire alla vendita dei prodotti secondo le direttive aziendali
UC	419
Capacità-abilità	Allestire la merce negli scaffali/aree di vendita o nelle eventuali isole promozionali, rispettando lo spazio ad essa assegnato secondo le strategie di comunicazione, di marketing e di display operativo dell'azienda Applicare tecniche di problem solving e decision making per la gestione autonoma degli spazi e degli strumenti espositivi Curare il corretto trasferimento dei prodotti dal magazzino/celle frigo all'area vendita e viceversa, verificando l'integrità dei prodotti e rispettando la normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro e quella igienico-sanitaria Curare l'immagine dell'azienda attraverso il controllo della pulizia generale dell'area vendita di competenza, recuperando e sistemando la merce abbandonata dai clienti fuori dagli spazi di appartenenza e ritirando le confezioni/prodotti invendibili Mantenere l'adeguato assortimento dei prodotti al fine di evitare

	rotture di stock, effettuando la corretta rotazione dei prodotti e lo smaltimento dei prodotti scaduti Preparare gli scaffali/aree di vendita prima di collocarvi la merce Supervisionare l'attività svolta nel reparto/punto vendita, controllando l'andamento delle vendite, monitorandone la redditività, riconoscendo eventuali criticità (malfunzionamenti, guasti, imprevisti, errori di codice e/o di prezzo) e fornendo suggerimenti utili al capo reparto/responsabile di negozio
Conoscenze	Caratteristiche e funzionamento delle attrezzature per la conservazione, refrigerazione e la gestione dei relativi sistemi di regolazione Informatica di base e modalità di utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc...) Marketing, tecniche di merchandising e gestione del display per la corretta gestione degli spazi vendita Modalità di lettura ed interpretazione di istruzioni/indicazioni scritte/schede tecniche Modalità di utilizzo delle attrezzature per lo scarico e la movimentazione interna delle merci per favorire un corretto utilizzo nella fasi del processo di lavoro nel rispetto della normativa sulla sicurezza nei luoghi di lavoro e della normativa igienico-sanitaria Procedure e strumenti per la corretta marcatura/prezzatura dei prodotti Regole e tecniche di rotazione dei prodotti alimentari e di smaltimento dei prodotti scaduti Regole e tecniche di trasferimento di informazioni (es. dati relativi all'andamento delle vendite) al fine di informare costantemente la direzione o i diretti superiori delle dinamiche di vendita del reparto/punto vendita Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con colleghi, superiori, fornitori e clienti Tipologie e caratteristiche dei prodotti, prezzi e quotazioni al fine di ottimizzare il rifornimento dei prodotti, nel rispetto delle strategie commerciali e dei fabbisogni di merci dell'azienda

Denominazione AdA	Cura del processo di vendita al cliente
Descrizione della performance	Soddisfare le esigenze del cliente fornendo il prodotto richiesto nel rispetto di standard di qualità, efficienza del servizio e salubrità del prodotto
UC	420
Capacità-abilità	Accogliere il cliente all'arrivo al reparto/punto vendita, orientarlo e consigliarlo rispetto ai prodotti offerti al fine di soddisfare le esigenze espresse Curare la preparazione di confezioni di articoli da regalo, secondo le esigenze espresse dal cliente e le direttive aziendali

	Effettuare le operazioni di riscossione e di registrazione della vendita, rispettando le normative in materia fiscale Fornire informazioni tecniche al cliente sui prodotti/servizi offerti, offrendo suggerimenti nelle scelte e possibili alternative di acquisto Monitorare le esigenze e i consumi di acquisto dei clienti e raccogliere eventuali reclami/lamentele informando i referenti competenti al fine di migliorare il servizio offerto Rispettare le procedure per la prevenzione dei furti attuando le prime misure preventive di controllo e, in caso di necessità, contattando il responsabile di riferimento
Conoscenze	Caratteristiche e modalità d'uso della moneta elettronica e dei principali mezzi di pagamento Caratteristiche, qualità, provenienza, prezzo dei prodotti al fine di fornire informazioni specifiche e tecniche sui prodotti Elementi di base del funzionamento dello scanner a lettura ottica e del registratore fiscale Elementi di base di contabilità (storni, rettifiche, ecc...) Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Regole e procedure di controllo e sorveglianza dell'area di vendita al fine di prevenire furti o danneggiamenti a cose o persone Strategie e obiettivi tecnologici, produttivi ed organizzativi dell'impresa e standard di qualità per rispondere al meglio alle esigenze e direttive dell'impresa Tecniche di comunicazione e vendita per la gestione efficace delle relazioni con il cliente e la mediazione e gestione del conflitto Tipologie di clientela e relativi comportamenti di acquisto al fine di applicare modalità e criteri, anche esperienziali, per decodificare i bisogni dei clienti

Denominazione AdA	Gestione degli ordini per il magazzino centrale e/o per i fornitori diretti
Descrizione della performance	Gestire gli ordini per il magazzino centrale e/o per i fornitori diretti secondo le direttive aziendali
UC	417
Capacità-abilità	Applicare criteri di organizzazione del proprio lavoro nel rispetto delle norme di sicurezza, igiene e salvaguardia ambientale e delle tecniche di riordino degli spazi di lavoro Contattare i fornitori, definendo i prodotti, la modalità e i tempi di consegna, in base agli accordi aziendali, con l'eventuale predisposizione della documentazione relativa all'esecuzione dell'ordine Eseguire gli ordini in corsia/punto vendita con l'eventuale ausilio di mezzi informatizzati, curando il trasferimento delle informazioni al sistema informatico

	Registrare i fabbisogni relativi alle merci mancanti negli scaffali della corsia assegnata/punto vendita
Conoscenze	Fabbisogni di breve periodo delle diverse tipologie dei prodotti in vendita Informatica di base e modalità di utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc...) Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Procedure e format per la compilazione della documentazione degli ordini Processi e cicli di lavoro del servizio Tecniche di valutazione e gestione delle scorte di magazzino per evitare eventuali rimanenze Terminologia tecnica specifica del settore in lingua comunitaria Tipologie e caratteristiche dei prodotti venduti e parco dei fornitori di riferimento

Denominazione AdA	Ricevimento, controllo e stoccaggio della merce
Descrizione della performance	Curare il ricevimento, il controllo e lo stoccaggio della merce in coerenza ai parametri di qualità e i criteri gestionali definiti dall'azienda
UC	418
Capacità-abilità	Adottare procedure di monitoraggio e verifica della conformità delle attività a supporto del miglioramento continuo degli standard di risultato Applicare regole e criteri di stivaggio ed immagazzinamento dei prodotti non destinati a banco di libero servizio negli appositi locali Controllare dal punto di vista quantitativo (conformità rispetto all'ordinativo) e qualitativo (scadenze e standard di qualità) i prodotti in ingresso, individuando possibili prodotti non conformi da restituire Effettuare operazioni di scarico e trasferimento dei prodotti dai mezzi di trasporto alla struttura di vendita (magazzino, punto vendita) con la predisposizione della documentazione relativa alla ricezione e registrazione delle merci
Conoscenze	Informatica di base e modalità di utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc...) Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Procedure di controllo quantitativo e qualitativo dei prodotti in arrivo, mediante l'utilizzo di tecniche anche di tipo esperienziale per il riconoscimento delle caratteristiche dei prodotti Procedure e tecniche di monitoraggio e di individuazione e valutazione del malfunzionamento Sistemi e metodi di immagazzinamento e stoccaggio delle merci

	Tecniche di valutazione e gestione delle scorte di magazzino per evitare eventuali rimanenze Tecniche per la gestione della documentazione attinente la spedizione/ricezione merci Tipologie e caratteristiche dei prodotti venduti e del parco dei fornitori di riferimento

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Responsabile della direzione, organizzazione e gestione del punto vendita (16)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Responsabile di filiale/negozio
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Amministrazione e gestione
Livello di complessità	Gruppo-livello C
Descrizione	Dirige il punto vendita ed assicura l'andamento funzionale ed organizzativo della struttura, rispondendo del risultato operativo. Deve garantire il massimo volume delle vendite e degli utili e il miglior servizio al cliente, in armonia con le politiche, gli obiettivi ed i piani aziendali stabiliti a livello centrale

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Opera generalmente con contratto di lavoro dipendente. A seconda se opera all'interno di piccoli negozi o in catene di grande distribuzione, le attività svolte ed il grado di autonomia possono variare. Tendenzialmente, in contesti di commercio tradizionale il grado di autonomia è tanto più ampio quanto maggiore è la delega da parte del titolare dell'esercizio; in tali contesti, per altro, spesso le due figure coincidono. Nella grande distribuzione, dove la figura risponde alla sede centrale, il grado di autonomia resta comunque piuttosto elevato
Collocazione contrattuale	Relativamente alla dimensione dell'impresa e al contesto aziendale, la figura professionale è generalmente inquadrata a livello quadro dal I al II livello del CCNL del settore di riferimento. In contesti di piccoli esercizi commerciali, la figura professionale può talvolta coincidere con il titolare/imprenditore del punto di vendita. Per tale figura professionale è frequente l'impiego a tempo indeterminato. Generalmente è vincolata alla presenza presso il punto vendita per un ampio arco temporale, coincidente, almeno, con quello di apertura. Nello svolgimento del lavoro, in contesti di grande distribuzione, ha relazioni sia con il personale della filiale, e in particolare con i responsabili di reparto (vedi Responsabile delle attività commerciali di un reparto/settore merceologico all'interno di strutture di grandi dimensioni), sia con le diverse direzioni della sede centrale, di cui richiede e utilizza i servizi e insieme ai quali definisce i piani commerciali per la filiale di cui assume la responsabilità
Collocazione organizzativa	Il grado d'autonomia è elevato, sebbene sia sempre in relazione alle strategie aziendali. Nello svolgimento del suo lavoro si avvale dei

	supporti tecnologici informatici e intrattiene rapporti sia con il personale della filiale, sia con le diverse direzioni e servizi della sede centrale. Se opera in contesti di grande distribuzione, la figura coordina l'organizzazione del lavoro suddivisa in squadre, all'interno di specifici reparti (nei comparti food o no food) e risponde del proprio operato alla direzione centrale. Svolge i suoi compiti direttamente o in collaborazione con altre figure professionali, secondo le dimensioni e l'organizzazione aziendale. Se la figura professionale opera in contesti di piccolo esercizio di vendita, risponde direttamente al titolare del punto vendita e collabora con gli addetti alla vendita (vedi Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e l'allestimento e rifornimento degli scaffali)
Opportunità sul mercato del lavoro	Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano, per il breve periodo, richieste piuttosto limitate per questa figura professionale. Eventuali variazioni degli spazi occupazionali potranno verificarsi in relazione allo sviluppo di aziende commerciali di medie e grandi dimensioni
Percorsi formativi	Per svolgere questo lavoro la laurea in discipline economiche è considerata un requisito minimo. La formazione avviene per lo più all'interno dell'azienda che predispone, qualora sia ritenuto necessario, momenti di formazione specifica o aggiornamento. La mobilità e lo sviluppo di carriera è fortemente legato all'esperienza sviluppata sul campo. A seconda dell'organigramma dell'azienda, la figura può assumere lo stesso ruolo in un punto vendita di maggiori dimensioni, o quello connesso alla direzione regionale o ancora accedere a posizioni dirigenziali nella sede centrale dell'azienda. E' richiesta una forte predisposizione alle relazioni interpersonali e alla gestione di gruppi di lavoro, alla vendita e al marketing, capacità di gestione economica a cui va aggiunta la padronanza nell'utilizzo dei mezzi informatici e dei software applicativi di gestione

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	241 - BUSINESS PROFESSIONALS - 2419 - Business professionals not elsewhere classified 131 - GENERAL MANAGERS - 1319 - General managers not elsewhere classified 122 - PRODUCTION AND OPERATIONS DEPARTMENT MANAGERS - 1229 - Production and operations department managers not elsewhere classified
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.3.0 - Addetti ad attività organizzative delle vendite 5.1.1.2.1 - Esercenti delle vendite al minuto in negozi 1.3.1.4.0 - Imprenditori e responsabili di piccole aziende nel commercio
ATECO 2007	46.2 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI MATERIE PRIME AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI 46.3 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO 46.4 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI BENI DI CONSUMO FINALE 46.5 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI APPARECCHIATURE ICT 46.6 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ALTRI MACCHINARI,

	ATTREZZATURE E FORNITURE 46.7 - COMMERCIO ALL'INGROSSO SPECIALIZZATO DI ALTRI PRODOTTI 46.9 - COMMERCIO ALL'INGROSSO NON SPECIALIZZATO 47.1 - COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI 47.2 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.4 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.5 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.71 - Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati 47.72 - Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati 47.73 - Commercio al dettaglio di medicinali in esercizi specializzati 47.74 - Commercio al dettaglio di articoli medicali e ortopedici in esercizi specializzati 47.75 - Commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati 47.76 - Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati 47.77 - Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati 47.78 - Commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati 47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano 47.79.20 - Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato 47.79.30 - Commercio al dettaglio di indumenti e altri oggetti usati

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Assicurazione del livello dei sevizi di supporto alla vendita
Descrizione della performance	Assicurare il livello dei servizi di supporto alla vendita garantendo la soddisfazione dei clienti e il rispetto degli obiettivi aziendali
UC	434

Capacità-abilità	Assicurare adeguate condizioni di sicurezza ed igiene nell'ambiente di vendita per favorire il comfort dei dipendenti e della clientela Assicurare i livelli di organico del personale per fornire il sostegno necessario all'attività di vendita Assicurare la protezione dei beni e il controllo degli incassi secondo le disposizioni aziendali Assicurare un adeguato funzionamento di tutti gli impianti e delle attrezzature, al fine di favorire un utilizzo ottimale nel rispetto della normativa di igiene e di sicurezza nei luoghi di lavoro Coordinare le azioni di controllo sulle differenze inventariali, programmando eventuali correttivi secondo le disposizioni aziendali Sovrintendere all'applicazione delle procedure aziendali relative a tutti i servizi di vendita, garantendo la qualità dei rapporti con l'utenza e dei servizi al cliente
Conoscenze	Caratteristiche tecniche, fasce di prezzo e qualità delle gamme di prodotti offerti Elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita Elementi e tecniche di direzione e organizzazione aziendale per la supervisione, il coordinamento e la pianificazione del lavoro in squadra 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 valutazione e gestione delle scorte di magazzino in funzione dell'andamento delle vendite

Denominazione AdA	Coordinamento dei piani di merchandising e dei piani promozionali
Descrizione della performance	Coordinare i piani di merchandising e i piani promozionali secondo le direttive aziendali per assicurare il massimo delle vendite e dell'utile della filale/negozio
UC	432
Capacità-abilità	Controllare il corretto andamento degli ordini e delle consegne e i livelli di immobilizzo della merce in relazione alle attività di vendita Controllare l'andamento della domanda, trasmettendo i dati relativi ai responsabili degli acquisti Controllare la presentazione, la qualità, la rotazione e l'eventuale scadenza della merce, assicurando il corretto smaltimento della merce scaduta

	Coordinare i piani promozionali progettati sia a livello centrale, sia a livello di filiale, per analizzare i risultati dell'andamento delle vendite Informare adeguatamente e coordinare i responsabili di reparto in filiale utilizzando le riunioni di pianificazione delle attività promozionali Rivedere sistematicamente i piani di merchandising controllando la definizione dei prezzi della merce e gestendone gli aggiornamenti secondo le direttive aziendali Stabilire con i propri collaboratori il layout e il display di filiale utilizzando al meglio lo spazio e la posizione di ogni articolo/gamma merceologica, controllandone la corretta applicazione nei vari reparti
Conoscenze	Caratteristiche tecniche, fasce di prezzo e qualità delle gamme di prodotti offerti 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 al meglio le esigenze dei clienti Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i collaboratori Tecniche di valutazione e gestione delle scorte di magazzino in funzione dell'andamento delle vendite Tipologie di clienti, comportamenti di acquisto e mercato di riferimento per leggere e decodificare i comportamenti di consumo dei clienti

Denominazione AdA	Gestione del personale della filiale/negozio
Descrizione della performance	Gestire il personale della filiale/negozio perseguendo l'impiego ottimale delle risorse affidate, nel rispetto delle logiche di efficienza
UC	433
Capacità-abilità	Collaborare alla selezione del personale al fine individuare i migliori candidati a ricoprire la posizione ricercata Curare gli aspetti motivazionali e quelli riguardanti le relazioni tra il personale, in collaborazione coni responsabili di reparto Effettuare la valutazione e la supervisione di proposte di promozione e miglioramenti retributivi e la gestione degli esuberi del personale in servizio presso la filiale Gestire i rapporti con le organizzazioni sindacali sulle tematiche di propria competenza, in stretta relazione con la direzione del

	personale Organizzare il lavoro del personale nel rispetto della suddivisione dei ruoli e dei turni di lavoro Suggerire attività formative per lo sviluppo professionale on the job in base alle indicazioni dell'impresa
Conoscenze	Elementi 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 Elementi e tecniche di direzione e organizzazione aziendale per supervisionare, coordinare e pianificare il lavoro in squadra Elementi 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 comunicazione interpersonale al fine di relazionarsi efficacemente con i colleghi Tecniche di selezione del personale al fine di condurre un processo di selezione coerente con le caratteristiche del profilo ricercato

Denominazione AdA	Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda
Descrizione della performance	Gestire le relazioni interne/esterne all'azienda in accordo con le policy aziendali e con le indicazioni della direzione aziendale
UC	435
Capacità-abilità	Analizzare la concorrenza, adottando, nel quadro delle politiche aziendali, le necessarie misure per contrastarla Intrattenere rapporti con la sede centrale, elaborando e sottoponendole proposte e richieste per revisioni e/o approvazioni Rappresentare l'azienda nelle relazioni esterne, mantenendo rapporti con enti pubblici o rappresentanze di vario tipo, per instaurare un clima di reciproca collaborazione Valutare le esigenze di supporto nei confronti della sede nei settori del merchandising, della promozione delle vendite, dei servizi di supporto alle vendite e del personale, al fine di aumentare le vendite e l'utile e ridurre i costi
Conoscenze	Elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita Nozioni e tecniche di leadership e di delega al fine di creare un clima collaborativo e di gestione efficace ed efficiente del lavoro Tecniche di analisi della concorrenza e benchmarketing per valutare le potenzialità dell'utilizzo di una precisa best practice in azienda 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 relazioni pubbliche per condurre rapporti di collaborazione efficace con enti o rappresentanze di vario tipo

Denominazione AdA	Gestione economica della filiale/negozio e controllo dei risultati di vendita
Descrizione della performance	Gestire il budget di filiale/negozio e il controllo dei risultati di vendita verificando i fattori determinanti dell'andamento economico e prospettando interventi di miglioramento
UC	431
Capacità-abilità	Assicurare la corretta gestione delle spese operative, dei costi fissi e del volume delle vendite nell'esercizio commerciale Controllare l'attuazione di tutte le procedure contabili e amministrative e la corretta tenuta di tutti i 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 della filiale/negozio verificando l'andamento con i dati consuntivi, e decidendo, se necessario, i relativi correttivi Guidare la pianificazione delle vendite della filiale in collaborazione con i responsabili di reparto Verificare i parametri relativi alla produttività e redditività per controllare costantemente l'andamento economico della filiale/negozio
Conoscenze	Elementi di economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il reparto 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 ottimizzare la vendita di prodotti in linea con le esigenze aziendali Standard e format per la redazione di report e documentazione ad uso interno Strategie commerciali dell'impresa e caratteristiche dei prodotti venduti Tecniche di budgeting per la corretta stesura e gestione dei budget e piani economici

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Responsabile della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale (15)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Responsabile di centro commerciale
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Amministrazione e gestione
Livello di complessità	Gruppo-livello C
Descrizione	Ha la responsabilità dell'immobile nel quale è situato il centro, la responsabilità commerciale del comfort della clientela, dell'organizzazione dei servizi di supporto, della promozione del centro commerciale, della cura degli allestimenti, del mantenimento dei rapporti con e tra i commercianti che operano all'interno del Centro

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Può operare come libero professionista o in qualità di dipendente che lavora per conto del proprietario dell'immobile o dello spazio che ospita il Centro
Collocazione contrattuale	Può svolgere la sua attività sia in qualità di lavoratore autonomo che in qualità di dipendente. Nel secondo caso, è generalmente inquadrato come quadro o dirigente
Collocazione organizzativa	Opera all'interno di centri che possono essere suddivisi in base alla dimensione (piccoli, medi e grandi) o alla tipologia di punti vendita presenti. Il suo grado di autonomia è elevato, pur nel rispetto delle esigenze della proprietà e degli esercenti. Generalmente, ha alle sue dipendenze personale amministrativo e addetti all'assistenza clienti. Cura inoltre i rapporti con i fornitori (ad es. aziende di pulizie, manutenzione, sicurezza, animazione e pubblicità). Intrattiene i rapporti con i proprietari e con gli esercenti, oltre che le relazioni esterne. La figura è presente nel centro durante l'apertura al pubblico per far fronte ad attività ordinarie e ad imprevisti, ma anche alla chiusura per verificare l'adeguatezza dei servizi di supporto. Svolge, inoltre, prima dell'orario di apertura del Centro, attività di ispezione per verificare che tutti i servizi di supporto (pulizie, sicurezza, ecc.) funzionino correttamente. I suoi orari di lavoro sono piuttosto flessibili e rispettano le esigenze che, di volta in volta, si manifestano
Opportunità sul mercato del lavoro	Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano una notevole difficoltà a reperire figure professionali adatte a ricoprire tale ruolo, poiché il profilo presenta una compresenza di competenze amministrative e commerciali associate ad un orientamento al

	marketing e alle relazioni pubbliche. Si prevede un incremento occupazionale legato principalmente allo sviluppo di questa particolare forma di distribuzione, il centro commerciale, soprattutto nel centro-nord Italia
Percorsi formativi	Per sviluppare questa professionalità non esistono percorsi formalizzati, la laurea è comunque un requisito di rilievo da accompagnare all'esperienza acquista sul campo in posizioni dirigenziali. Negli ultimi anni si è sviluppata un'offerta di formazione specifica. Il responsabile di centro commerciale, a causa della ricca e consolidata esperienza che deve necessariamente possedere per ricoprire questo ruolo, proviene generalmente da posizioni dirigenziali occupate nell'area del commercio e della grande distribuzione, soprattutto in ambito economico-amministrativo. E' richiesta una forte predisposizione alle relazioni interpersonali, alla vendita e al marketing, capacità di gestione di budget a cui va aggiunta la padronanza nell'utilizzo dei mezzi informatici e dei software applicativi di gestione

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	241 - BUSINESS PROFESSIONALS - 2419 - Business professionals not elsewhere classified
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.3.0 - Addetti ad attività organizzative delle vendite 1.2.2.4.0 - Direttori e dirigenti generali di aziende nel commercio 1.3.1.4.0 - Imprenditori e responsabili di piccole aziende nel commercio
ATECO 2007	47.11.10 - Ipermercati 47.19.10 - Grandi magazzini

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Gestione dell'immobile e della superficie di vendita
Descrizione della performance	Gestire l'immobile e la superficie di vendita curandone la dimensione economica e le esigenze di manutenzione
UC	427
Capacità-abilità	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
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

Denominazione AdA	Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda
Descrizione della performance	Gestire le relazioni interne/esterne all'azienda in accordo con la policy aziendale e con le indicazioni della direzione aziendale
UC	430
Capacità-abilità	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
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 benchmarketing 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

Denominazione AdA	Organizzazione complessiva del centro
Descrizione della performance	Assicurare l'organizzazione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la soddisfazione dei clienti interni ed esterni e il rispetto degli obiettivi aziendali
UC	428
Capacità-abilità	Assicurare i livelli di organico del personale del centro commerciale al fine di fornire il sostegno necessario all'attività di vendita degli esercenti Assicurare l'igiene e la sicurezza nell'ambiente per favorire il comfort dei dipendenti e della clientela Assicurare la protezione dell'immobile, degli spazi vendita, dei beni del centro commerciale secondo le disposizioni aziendali 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.
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

Denominazione AdA	Progettazione ed avviamento del centro commerciale
Descrizione della performance	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
UC	426
Capacità-abilità	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
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

Denominazione AdA	Promozione del centro commerciale
Descrizione della performance	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
UC	429
Capacità-abilità	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
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

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Responsabile della programmazione delle attività di vendita/acquisto e della gestione delle attività di marketing e comunicazione di un'area merceologica (215)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Responsabile di area merceologica
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Progettazione, ricerca e sviluppo
Livello di complessità	Gruppo-livello C
Descrizione	Ha la responsabilità di tutte le fasi e di tutti i processi che coinvolgono strettamente una determinata linea o categoria di prodotti (o diverse categorie di prodotti), ad esempio: casalinghi, articoli del fai da te, carni, ecc... Le sue responsabilità sono connesse all'acquisto, alle iniziative di marketing, di comunicazione e di vendita relative ad una determinata categoria di prodotti

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Generalmente opera con contratto di lavoro dipendente in imprese commerciali di medie e grandi dimensioni, legate alla grande distribuzione. Può, inoltre trovare impiego come consulente presso gruppi di acquisto che associano vari punti vendita indipendenti
Collocazione contrattuale	Il suo collocamento contrattuale, in qualità di dipendente, è quadro o dirigente. Può inoltre svolgere attività autonoma in qualità di consulente libero professionista
Collocazione organizzativa	Gode di un elevato grado di autonomia, benché si denotino delle differenziazioni legate alla dimensione dell'impresa di appartenenza. A differenza della grande distribuzione, caratterizzata da una gerarchia di ruoli e una divisione di compiti piuttosto strutturata, in aziende di medie dimensioni talvolta tale figura professionale può svolgere anche altre mansioni oppure può avere un ruolo limitato alla sola funzione di acquisto. Se la figura svolge la propria attività all'interno della grande distribuzione, opera prevalentemente presso la sede centrale, interfacciandosi, nelle imprese più grandi, ai responsabili delle filiali nei vari territori (ad es. buyer, capi reparto o responsabili di negozio). Si rapporta, infine, ai responsabili della direzione acquisti, commerciale e vendite dell'impresa distributrice di appartenenza, nonché alle aziende produttrici (fornitori) con le quali instaura una collaborazione finalizzata all'interscambio di una vasta mole di informazioni relative ai prodotti ed ai consumatori
Opportunità sul mercato del lavoro	La figura si è diffusa rapidamente nel settore della distribuzione organizzata sia a livello locale che a livello internazionale, poiché

	caratterizzata da importanti implicazioni organizzative e manageriali; in tal senso essa si è sviluppata al fine di rispondere alle nuove esigenze avvertite dalle aziende che si occupano di distribuzione su larga scala e dalle aziende produttrici. I fattori congiunturali del mercato, quali le periodiche contrazioni del livello dei consumi, il mutevole comportamento d'acquisto dei consumatori, lo sviluppo delle nuove tecnologie informatiche (che consentono un monitoraggio puntuale ed una visione immediata del trend che caratterizza i prodotti e il consumer behaviour), gli ineluttabili processi di internazionalizzazione e di concentrazione hanno evidenziato una forte necessità di professionalità nuove finalizzate alla market strategy del canale distributivo. Questa figura si occupa infatti non più di singoli prodotti ma di un'intera categoria, cercando di capire il comportamento di acquisto dei consumatori, fornendo così al dettagliante o all'impresa distributiva il supporto strategico per massimizzare le vendite dei prodotti appartenenti alla categoria di sua competenza. Si tratta, quindi, di una figura molto richiesta dalle imprese della distribuzione
Percorsi formativi	Lo sviluppo di questa professionalità è spesso favorito da percorsi di carriera interni all'azienda, dopo esperienze professionali in ruoli subalterni in qualità di assistant o nel settore del merchandising in qualità di merchandiser o in qualità di buyer. E' solitamente richiesto il possesso di una laurea generalmente in discipline economiche o in scienze statistiche, ma spesso si accede anche con il possesso di un titolo di istruzione secondaria superiore. E' richiesta la padronanza nell'uso del computer e dei più diffusi sistemi informativi, e buona dimestichezza con la lingua inglese. Può essere opportuna, inoltre, la frequenza di attività formative specialistiche per lo sviluppo di competenze manageriali. A tale figura sono richieste ottime capacità relazionali e di negoziazione, nonché doti organizzative, capacità di lavorare in autonomia e orientamento al risultato

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	241 - BUSINESS PROFESSIONALS - 2419 - Business professionals not elsewhere classified 341 - FINANCE AND SALES ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3416 - Buyers 122 - PRODUCTION AND OPERATIONS DEPARTMENT MANAGERS - 1229 - Production and operations department managers not elsewhere classified 123 - OTHER DEPARTMENT MANAGERS - 1235 - Supply and distribution department managers
ISTAT Professioni (CP 2011)	3.3.3.1.0 - Approvvigionatori e responsabili acquisti 1.2.3.3.0 - Direttori e dirigenti del dipartimento vendite e commercializzazione
ATECO 2007	46.2 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI MATERIE PRIME AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI 46.3 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO 46.4 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI BENI DI CONSUMO FINALE

	46.5 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI APPARECCHIATURE ICT 46.6 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ALTRI MACCHINARI, ATTREZZATURE E FORNITURE 46.7 - COMMERCIO ALL'INGROSSO SPECIALIZZATO DI ALTRI PRODOTTI 46.9 - COMMERCIO ALL'INGROSSO NON SPECIALIZZATO 47.1 - COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI 47.2 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.4 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.5 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.71 - Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati 47.72 - Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati 47.73 - Commercio al dettaglio di medicinali in esercizi specializzati 47.74 - Commercio al dettaglio di articoli medicali e ortopedici in esercizi specializzati 47.75 - Commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati 47.76 - Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati 47.77 - Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati 47.78 - Commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati 47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano 47.79.20 - Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato 47.79.30 - Commercio al dettaglio di indumenti e altri oggetti usati 70.22.09 - Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale 73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Gestione delle attività di marketing e comunicazione
Descrizione della performance	Gestire le attività di marketing e comunicazione al fine di individuare e programmare le attività promozionali rispondenti all'area merceologica di riferimento
UC	439
Capacità-abilità	Analizzare i dati emersi dalle analisi al fine di rilevare regolarità di comportamenti di acquisto per progettare attività promozionali mirate Analizzare i dati sulle varie leve di prezzo, assortimento, promozioni di un'area merceologica, delle categorie di prodotti, delle marche o di un singolo prodotto per comprendere l'evoluzione di alcune categorie di prodotti nel tempo, i prezzi medi, o le pressioni promozionali in relazione alle evoluzioni di mercato Definire categorie e sotto-categorie di prodotti che il consumatore vede fungibili o complementari tra loro per la sua funzione d'uso o bisogno identificato per implementare la gestione delle stesse come unità fondamentali di business Monitorare i beni di largo consumo proposti dai produttori per evidenziarne le caratteristiche in merito al rapporto prezzo/qualità Progettare le attività promozionali mirate e personalizzate secondo la definizione per cluster di consumatori, controllandone l'andamento Utilizzare gli strumenti predisposti dal settore marketing per il monitoraggio dei comportamenti di consumo dei clienti con l'ausilio di strumenti tecnologici (carte fedeltà, ecc.), cooperando con agenzie di ricerche di mercato
Conoscenze	Approcci e tecniche di customer relationship management al fine di implementare politiche di acquisizione e fidelizzazione dei clienti Caratteristiche tecniche, fasce di prezzo e qualità delle gamme di prodotti offerti Elementi di information technology per l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione per la gestione integrata dei dati e della comunicazione ai clienti interni/esterni Elementi e tecniche di marketing e micromarketing, in particolare di retailing marketing mix, al fine di predisporre promozioni personalizzate al cluster di categoria di prodotti Metodologie e tecniche di analisi dell'andamento del mercato e dei prodotti per evidenziare aree di rischio o di opportunità legate a prodotti/categorie Metodologie e tecniche di analisi della psicologia dei consumi mediante l'utilizzo degli strumenti di lettura degli acquisti (scanner, carte di credito, fidelity card, ecc.) al fine di comprendere i meccanismi di acquisto della clientela Tecniche di analisi della domanda e della concorrenza al fine di definire strategie competitive e di posizionamento dell'offerta

Denominazione AdA	Programmazione delle attività di acquisto e degli assortimenti
Descrizione della performance	Programmare le attività di acquisto e gli assortimenti al fine di costruire assortimenti mirati per cluster di punti vendita
UC	10
Capacità-abilità	Controllare la consistenza delle scorte, garantendo la costante presenza dei prodotti sugli scaffali Costruire un piano strategico di categoria al fine di predisporre azioni individuate in collaborazione con i fornitori Definire l'assortimento dei prodotti della categoria e, se occorre, modificarlo secondo gli standard definiti Individuare le rotazioni medie di esposizione ottenute nella categoria dai vari fornitori, al fine di assegnare la quota di spazio ai fornitori coerente con la loro quota di mercato nell'azienda Negoziare con i fornitori per contrattare e stabilire le condizioni di acquisto Prendere decisioni operative, sulla base dell'analisi dei dati, sui prezzi di vendita, sugli assortimenti, sulle promozioni e sugli spazi lineari da assegnare alla categoria e ai fornitori Selezionare i prodotti che verranno posizionati nei reparti per la vendita al pubblico in coerenza al piano strategico di categoria Sviluppare piani integrati di business al fine di individuare gli obiettivi economici e strategici di marketing della categoria in funzione dei parametri di marketing dell'azienda Verificare le coerenze assortimentali e di prezzo sulla base delle politiche di marketing di categoria
Conoscenze	Caratteristiche tecniche, fasce di prezzo e qualità delle gamme di prodotti offerti Elementi di analisi economica-finanziaria per l'analisi di bilancio e la valutazione di budget revisionali e consuntivi Elementi di supply chain management al fine di riconoscere i vantaggi e i rischi derivanti dalla partnership e provvedere alla pianificazione strategica della logistica Metodi di certificazione e qualificazione dei fornitori per assicurare un rapporto fornitori-partner che risponda agli indicatori di qualità stabiliti dall'azienda Principali software applicativi di gestione degli acquisti per ottimizzare le procedure di acquisto Principi e modelli di gestione degli acquisti e relative norme di transazione commerciale per gestire in maniera aggregata ordini di approvvigionamento e di acquisto Tecniche di comunicazione e negoziazione per la gestione dei rapporti con i fornitori Tecniche e strumenti per la predisposizione degli ordini e per la relazione con i fornitori (brokeraggio)

Denominazione AdA	Programmazione delle attività di vendita e merchandising dei prodotti dell'area merceologica di riferimento
Descrizione della performance	Programmare le attività di vendita e merchandising dei prodotti dell'area merceologica di riferimento al fine di massimizzare le vendite dei prodotti appartenenti alla categoria di propria competenza
UC	442
Capacità-abilità	Determinare i prezzi di vendita dei prodotti in un'ottica di categoria e non di referenza singola Gestire i flussi informativi necessari al coordinamento dei rapporti con il personale della vendita nei punti vendita, con le aziende produttrici così come i rapporti interni con la produzione/acquisti e con il responsabile della comunicazione Partecipare alla definizione degli obiettivi di fatturato e monitorarne periodicamente il conseguimento Pianificare la disposizione delle merci negli spazi di vendita nel rispetto dei criteri di analisi degli spazi, allocazione a scaffale e ristrutturazione dei display, e controllarne l'esecuzione Utilizzare le tecniche di valutazione della performance del cluster dei prodotti (cross category analysis) al fine di analizzare i dati del trend di vendita per comunicarli alle aziende produttrici
Conoscenze	Elementi di analisi economica-finanziaria per l'analisi di bilancio e la valutazione di budget revisionali e consuntivi Elementi di informatica e utilizzo dei comuni mezzi di comunicazione e trasmissione dati (telefono, fax, ecc...) Tecniche di comunicazione interpersonale per la gestione dei rapporti interpersonali con colleghi, superiori, fornitori e clienti Tecniche di gestione del display in una logica di category management al fine di implementare un modello di allocazione dello spazio espositivo Tecniche di merchandising al fine di comporre il miglior assortimento in termini reddituali e di comunicazione visuale verso il cliente Tecniche di pricing al fine di determinare i prezzi e analizzare il posizionamento dei prodotti

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Responsabile della programmazione e promozione delle vendite, approvvigionamento e gestione degli ordini, controllo della gestione amministrativa (11)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Esercente/commerciante
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	amministrazione e gestione
Livello di complessità	Gruppo-livello C
Descrizione	E' il titolare di un punto vendita/negozio. Si occupa di tutti i processi aziendali dal punto di vista direzionale e, nelle aziende di piccole dimensioni, ricopre anche il ruolo di addetto alle vendite. Definisce la politica aziendale, programma il piano delle vendite e la promozione dei prodotti, degli approvvigionamenti, degli aspetti amministrativi, della cura del servizio di vendita al cliente e della gestione delle risorse umane della sua azienda. E' una figura con spiccate attitudini relazionali e di leadership; sono caratterizzanti anche la 'visione strategia' e 'le abilità organizzative/gestionali'

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	E' una figura imprenditoriale non soggetta a subordinazione gerarchica e al rispetto di orari di lavoro che non siano quelli da lui stesso definiti per la propria azienda. È soggetto all'obbligo dell'iscrizione al registro delle imprese in Camera di Commercio, della gestione partita Iva, dell'iscrizione all'INPS, della tenuta delle scritture contabili e, nel caso si avvalga della collaborazione di personale dipendente, a tutti gli adempimenti relativi alla contrattualistica e alla gestione delle buste paga
Collocazione contrattuale	L'orario di lavoro effettivo è molto lungo e spesso si protrae oltre i normali orari di apertura al pubblico. Tuttavia, essendo la figura che organizza e gestisce i carichi di lavoro e che ha titolarità dell'azienda, può programmare le attività sulla base delle esigenze personali
Collocazione organizzativa	E' una figura che opera nella propria azienda ed ha un grado di autonomia molto elevato. L'organizzazione aziendale può essere a gestione familiare o avvalersi di personale dipendente reclutato secondo le procedure interne di selezione. L'azienda può essere inserita in una rete di franchising o essere costituita da un'associazione con altre ditte individuali
Opportunità sul mercato del lavoro	Di solito si giunge alla decisione di svolgere un'attività di questo tipo dopo un periodo rilevante di esperienza come lavoratore dipendente nell'ambito di esercizi commerciali di grandi dimensioni dove si è

	avuto modo di conoscere la filiera dei processi aziendali. Le prospettive di sviluppo di questa figura sono legate alla crescita dei fatturati dovuti all'inserimento di nuovi prodotti e all'ampliamento dei locali/personale o all'espansione della propria azienda sul territorio, con l'apertura di nuovi punti vendita anche all'interno di centri commerciali
Percorsi formativi	Non sono previsti requisiti specifici; tuttavia il possesso di un titolo di istruzione secondaria superiore o la laurea, uniti ad esperienza nel settore, possono consentire di ridurre i margini di rischio legati alla forte competizione in un segmento di mercato dove è presente la grande distribuzione. Le associazioni di categoria svolgono costantemente attività di formazione per l'aggiornamento degli imprenditori al fine di sostenere, con adeguati strumenti, i continui cambiamenti del mercato e riuscire ad emergere sulla concorrenza

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	241 - BUSINESS PROFESSIONALS - 2419 - Business professionals not elsewhere classified 341 - FINANCE AND SALES ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3416 - Buyers 131 - GENERAL MANAGERS - 1319 - General managers not elsewhere classified 122 - PRODUCTION AND OPERATIONS DEPARTMENT MANAGERS - 1229 - Production and operations department managers not elsewhere classified 123 - OTHER DEPARTMENT MANAGERS - 1235 - Supply and distribution department managers
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.3.0 - Addetti ad attività organizzative delle vendite 1.2.3.3.0 - Direttori e dirigenti del dipartimento vendite e commercializzazione 5.1.1.1.0 - Esercenti delle vendite all'ingrosso
ATECO 2007	46.2 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI MATERIE PRIME AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI 46.3 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO 46.4 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI BENI DI CONSUMO FINALE 46.5 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI APPARECCHIATURE ICT 46.6 - COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ALTRI MACCHINARI, ATTREZZATURE E FORNITURE 46.7 - COMMERCIO ALL'INGROSSO SPECIALIZZATO DI ALTRI PRODOTTI 46.9 - COMMERCIO ALL'INGROSSO NON SPECIALIZZATO 47.1 - COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI 47.2 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.4 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI

	47.5 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.71 - Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati 47.72 - Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati 47.73 - Commercio al dettaglio di medicinali in esercizi specializzati 47.74 - Commercio al dettaglio di articoli medicali e ortopedici in esercizi specializzati 47.75 - Commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati 47.76 - Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati 47.77 - Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati 47.78 - Commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati 47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano 47.79.20 - Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato 47.79.30 - Commercio al dettaglio di indumenti e altri oggetti usati

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Approvvigionamento e gestione ordini
Descrizione della performance	Ricercare fornitori e materie prime per programmare il mix di assortimento sulla base della strategia dell'offerta cercando di ottimizzare i costi, effettuando ordinativi in linea con piani di previsione di spesa e con le esigenze dell'azienda in materia di qualità
UC	437
Capacità-abilità	Controllare la corrispondenza dei dati tra ordini e fatture utilizzando mezzi informatici e gestendo le non conformità riscontrate Controllare la qualità della merce in entrata organizzando la logistica e la gestione del magazzino Organizzare il ciclo di approvvigionamento nel rispetto delle condizioni di erogazione dell'attività, effettuando ordinativi congrui alle previsioni di spesa con l'utilizzo di mezzi informatici Selezionare i fornitori e le materie prime secondo le caratteristiche

	qualitative del servizio/prodotto che si vuole offrire al cliente definendo le specifiche di acquisto, i criteri di valutazione dei fornitori ed effettuando le registrazioni con l'ausilio di supporti informatici
Conoscenze	Logistica e sistemi di movimentazione per ottimizzare l'utilizzo dei locali e del magazzino Normativa di settore relativa al processo di approvvigionamento (in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro, igiene e tracciabilità) Procedure per il controllo dei materiali forniti e per la gestione delle non conformità Sistemi e strumenti di valutazione dei fornitori Sistemi informatici per la gestione dei dati (data base, anagrafiche, gestione ordini, fatturazione) utili alla al controllo delle entrate, delle uscite e delle anomalie sui prodotti e sui servizi dei fornitori Tecniche di negoziazione per dialogare con i fornitori ed esporre efficacemente le richieste e le esigenze aziendali

Denominazione AdA	Controllo della gestione amministrativa
Descrizione della performance	Controllare la gestione amministrativa dell'impresa avvalendosi anche di professionalità esterne per la consulenza e la gestione documentale nel rispetto delle normative fiscali vigenti
UC	440
Capacità-abilità	Comprendere i dati di bilancio Effettuare i pagamenti nel rispetto dei contratti e degli ordini espletati Effettuare pagamenti di imposte, tasse e altri tributi Fornire la documentazione necessaria per la redazione della dichiarazione dei redditi Gestire le buste paga del personale Preparare i documenti di fatturazione effettuandone l'archiviazione secondo le prescrizioni vigenti Reperire i dati per la tenuta dei registri contabili Utilizzare sistemi applicativi informatici
Conoscenze	Elementi della disciplina contrattuale e di diritto commerciale Elementi di diritto del lavoro per la tenuta buste paga Normativa in materia fiscale, di imposte e tributi Nozioni di contabilità generale per la procedura di redazione e l'analisi del bilancio di esercizio

Denominazione AdA	Coordinamento e sviluppo delle risorse umane
Descrizione della performance	Coordinare il gruppo delle risorse umane dell'azienda motivandolo e orientandolo al raggiungimento degli obiettivi previsti e favorendone lo sviluppo professionale qualificato attraverso piani di formazione del personale

UC	443
Capacità-abilità	Commissionare attività formative a consulenti esterni per raggiungere gli obiettivi previsti dal piano di formazione annuale (nel caso in cui in azienda non ci siano professionalità adeguate allo svolgimento di attività di affiancamento del personale con fini formativi) Definire carichi di lavoro, orari e turnazioni del personale sulla base delle esigenze dell'azienda e nel rispetto delle attitudini e delle potenzialità del personale Definire piani annuali di formazione del personale sulla base di un'attenta analisi dei fabbisogni individuali, favorendo lo sviluppo professionale anche nel rispetto degli aggiornamenti dovuti per legge Monitorare i risultati dell'attività svolta dalle risorse umane per intervenire con opportune azioni correttive che riducano i costi di impresa Motivare le risorse umane interne all'azienda favorendo il raggiungimento degli obiettivi previsti dalla politica aziendale Organizzare incontri e riunioni per informare sullo stato di avanzamento delle attività programmate, sugli orientamenti futuri dell'azienda e per raccogliere feedback dai collaboratori Verificare l'efficacia della formazione a medio lungo termine constatandone gli effettivi risultati di miglioramento in azienda
Conoscenze	Metodi di analisi dei fabbisogni formativi per la scelta dei percorsi di formazione e qualifica e dei relativi canali di finanziamento Metodi e tecniche per la gestione delle risorse umane in azienda Tecniche di conduzione di un gruppo di lavoro per ottimizzare il contributo delle risorse umane che operano in azienda, permettendo a tutti di esprimersi secondo le proprie potenzialità Tecniche di gestione delle riunioni per organizzare le riunioni in modo efficace nel rispetto dei tempi disponibili e ottenendo risultati concreti

Denominazione AdA	Cura del processo di vendita
Descrizione della performance	Soddisfare le esigenze del cliente fornendo il prodotto richiesto e utilizzando tecniche di comunicazione per orientare e fidelizzare nel rispetto di standard di qualità
UC	441
Capacità-abilità	Accogliere il cliente, orientarlo e consigliarlo rispetto ai prodotti offerti al fine di soddisfare le richieste espresse Fornire informazioni tecniche al cliente sui prodotti offerti, suggerimenti nelle scelte e possibili alternative di acquisto Intervenire con efficacia nelle situazioni di reclami/lamentele espresse dal cliente all'atto della vendita, al fine di migliorare il servizio offerto Mantenere il corretto assetto igienico-sanitario del banco di vendita, delle vetrine, degli espositori rispettando lo spazio assegnato e gli

	standard di presentazione ed etichettatura (nel caso in cui l'esercente svolga anche mansioni di addetto alle vendite) Organizzare consegne a domicilio per raggiungere anche clienti che non possono recarsi nel punto vendita
Conoscenze	Elementi della comunicazione per fornire informazioni utilizzando stili comunicativi e strategie adeguati al contesto Elementi di customer satisfaction per comprendere la psicologia del cliente e le motivazioni di determinati orientamenti di acquisto Elmenti di marketing e tecniche di vendita per utilizzare strategie efficaci per l'obiettivo di vendita Normative igienico-sanitarie di settore per mantenere il corretto assetto del set di vendita nel rispetto delle normative Tecniche di negoziazione e di gestione del reclamo per intervenire sulle non conformità riscontrate sul servizio offerto ai clienti

Denominazione AdA	Monitoraggio, analisi e valutazione delle vendite
Descrizione della performance	Monitorare il venduto, analizzando il grado di soddisfazione del cliente ed analizzando e valutando i risultati ottenuti e la redditività a fronte della pianificazione strategica dell'azienda
UC	438
Capacità-abilità	Analizzare le cause di scostamento rispetto al budget programmando azioni correttive efficaci Individuare i punti critici del processo di vendita per programmare azioni di miglioramento Monitorare i costi di gestione d'impresa per avere un quadro chiaro dei costi fissi di gestione e la loro incidenza sulla definizione dei budget Monitorare il bilancio programmando azioni di miglioramento su base annuale Raccogliere le informazioni necessarie alla valutazione della soddisfazione dei clienti Verificare l'andamento d'impresa per tenere sotto controllo il ciclo dei processi aziendali utile ad un quadro previsionale
Conoscenze	Elementi per l'analisi della redditività tramite dati di bilancio per programmare azioni di miglioramento su base annuale Strumenti e tecniche di monitoraggio per scegliere le modalità di rilevazione dati più efficaci per l'azienda Struttura produttiva e relativi costi per trovare soluzioni di miglioramento della produttività e per prevederne le possibili ricadute economico finanziarie

Denominazione AdA	Programmazione della vendita e della promozione del servizio
Descrizione della performance	Programmare le azioni finalizzate alla predisposizione del piano di vendita dei prodotti, utilizzando adeguate tecniche e procedure

	promozionali nel rispetto delle strategie generali dell'azienda
UC	37
Capacità-abilità	Definire la strategia di comunicazione per la vendita del prodotto scegliendo i mezzi da utilizzare e stabilendo la tempistica Effettuare analisi sulle caratteristiche dell'offerta proveniente da strutture concorrenti al fine di proporre un'offerta sempre più mirata e competitiva Effettuare l'analisi del contesto territoriale in ordine allo sviluppo dell'offerta cercando di evidenziarne le potenzialità di medio lungo periodo Redigere il marketing plan sulla base delle analisi condotte e delle risorse disponibili effettuando il calcolo dei costi nell'ambito del budget predisposto
Conoscenze	Elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita Principali tecniche di comunicazione pubblicitaria e caratteristiche dei mezzi più utilizzati per operare scelte adeguate alle esigenze aziendali Tecniche di analisi della concorrenza e benchmarketing per valutare le potenzialità dell'utilizzo di una precisa best practice in azienda Tecniche di base di indagine di mercato per condurre indagini con riferimento alla specificità del settore Tecniche e procedure di ottimizzazione della vendita di prodotti per formulare un piano di miglioramento in linea con le esigenze aziendali

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Responsabile delle attività commerciali di un reparto/settore merceologico all'interno di strutture di grandi dimensioni (12)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Responsabile di reparto
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello C
Descrizione	E' una figura professionale di coordinamento nelle strutture commerciali di grandi dimensioni nelle quali opera come responsabile commerciale degli spazi, delle risorse umane e dei prodotti di un determinato reparto o settore merceologico. L'ambito di competenza può riguardare una macro area merceologica oppure una sottosezione di essa

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Opera con contratto di lavoro dipendente nei punti vendita e nelle reti distributive di media e, soprattutto, grande dimensione nelle quali sono compresenti diverse tipologie merceologiche
Collocazione contrattuale	Relativamente alla dimensione dell'impresa e al contesto aziendale, la figura professionale è generalmente inquadrata dal I livello al II livello del CCNL del settore di riferimento
Collocazione organizzativa	Ricopre una responsabilità di rilievo all'interno del punto vendita ed ha dunque una discreta autonomia decisionale riguardo le modalità di gestione del personale impiegato nel reparto di sua competenza e, talvolta, negli acquisti di taluni prodotti. Gestisce le relazioni con il direttore di negozio/filiale e con gli addetti alle vendite e le funzioni di supporto del reparto di cui ha la responsabilità e, talvolta, intrattiene rapporti diretti con i fornitori o con i responsabili di area merceologica o i responsabili degli acquisti. Le fasce orarie nelle quali deve assicurare la presenza sono prevalentemente quelle di apertura del punto vendita
Opportunità sul mercato del lavoro	Nella grande distribuzione ricopre un ruolo decisivo e di responsabilità nel punto vendita; la sua attività di coordinamento degli addetti vendita contribuisce alla soddisfazione della clientela e all'incremento delle vendite del reparto. Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano che la richiesta di questa professionalità rimane sempre alta nelle grandi imprese della grande distribuzione. A questo ruolo si perviene solitamente a seguito di un percorso di carriera interna a partire dalla posizione di addetto vendita. In molte aziende commerciali lo sviluppo di questa

	professionalità può avvenire anche mediante un percorso di formazione professionale
Percorsi formativi	Nelle aziende della grande distribuzione è titolo preferenziale il possesso di un titolo di istruzione secondaria superiore o laurea, meglio se in discipline economiche. Anche la conoscenza di una lingua straniera è un requisito importante, ma non indispensabile. Si accede in genere a questa figura dopo aver maturato esperienza come addetto alle vendite (vedi Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e l'allestimento e rifornimento degli scaffali), presso la stessa filiale o all'interno della rete commerciale, cui si può associare una mobilità orizzontale che consiste nell'assunzione di incarichi analoghi in reparti diversi. In questi casi, l'esperienza di lavoro è abbinata ad un percorso di formazione interno all'azienda. Questa professionalità rappresenta, inoltre, il primo passo di un percorso che potrebbe portare alla carriera direttiva e all'assunzione di incarichi di rilievo come quello di direttore di filiale/punto vendita. Sono richieste conoscenze approfondite delle caratteristiche dei prodotti venduti, capacità di gestione di budget e buone tecniche di vendita, a cui va aggiunta la padronanza nell'utilizzo dei mezzi informatici e dei software applicativi di gestione, la gestione dello stock e la rotazione delle merci, poichè spesso nelle aziende vengono utilizzati software appositamente dedicati per il cui utilizzo sono previsti momenti formativi interni

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	241 - BUSINESS PROFESSIONALS - 2419 - Business professionals not elsewhere classified 342 - BUSINESS SERVICES AGENTS AND TRADE BROKERS - 3429 - Business services agents and trade brokers not elsewhere classified 341 - FINANCE AND SALES ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3419 - Finance and sales associate professionals not elsewhere classified
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.2.3.0 - Addetti ad attività organizzative delle vendite 1.2.3.3.0 - Direttori e dirigenti del dipartimento vendite e commercializzazione
ATECO 2007	47.11.10 - Ipermercati 47.11.20 - Supermercati 47.11.30 - Discount di alimentari 47.19.10 - Grandi magazzini

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Controllo degli stock, della rotazione delle scorte e del flusso delle merci
Descrizione della performance	Curare il controllo degli stock, la rotazione delle scorte e il flusso delle merci da destinare alla vendita al fine di ottimizzarne al meglio la gestione del reparto
UC	422
Capacità-abilità	Assicurare la corretta applicazione delle procedure di controllo quantitativo (conformità rispetto all'ordinativo) e qualitativo (verifica delle scadenze e del rispetto degli standard di qualità) dei prodotti e verificare possibili prodotti non conformi da restituire Controllare la corretta esecuzione delle operazioni di scarico e trasferimento e dell'immagazzinamento dei prodotti, verificando il rispetto delle condizioni di sicurezza e di corretto impiego delle attrezzature logistiche Controllare la corretta esecuzione delle operazioni formali relative alla ricezione dei prodotti e alla registrazione delle merci in arrivo Verificare la corretta esecuzione della rotazione delle scorte al fine di controllare la salubrità dei prodotti in vendita
Conoscenze	Gamma dei prodotti venduti, caratteristiche, provenienza e deperibilità dei prodotti in base alle diverse tipologie Gestione della documentazione attinente la spedizione/ricezione merci Meccanismi operativi di coordinamento per gestire le attività della squadra di lavoro Normativa igienico-sanitaria e procedura di autocontrollo HACCP e normativa in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro Procedure di controllo quantitativo e qualitativo delle merci, con l'utilizzo di tecniche anche di tipo esperenziale per il riconoscimento delle caratteristiche dei prodotti Sistemi e metodi di immagazzinamento, stoccaggio e rotazione delle merci Tecniche di comunicazione interpersonale per la gestione efficace delle relazioni con colleghi, superiori, fornitori e clienti Tecniche di valutazione e gestione delle scorte di magazzino in funzione dell'andamento vendite

Denominazione AdA	Gestione economica del reparto e controllo dei risultati di vendita
Descrizione della performance	Gestire il budget di reparto e il controllo dei risultati di vendita al fine di individuare i fattori determinanti dell'andamento economico e prospettando interventi di miglioramento
UC	425
Capacità-abilità	Adottare i mezzi e le misure idonee per evitare differenze inventariali Analizzare i risultati delle vendite del proprio reparto con il capo settore/area, confrontando l'andamento economico dell'anno in corso con quelli precedenti

	Collaborare con la direzione centrale fornendo dati sull'andamento della rotazione delle scorte e degli approvvigionamenti e altre informazioni richieste Controllare che le valorizzazioni vengano attuate secondo i corretti criteri commerciali e nel rispetto del budget assegnato Elaborare gli obiettivi e il budget con l'analisi del costo del lavoro del reparto o dell'area commerciale assegnata secondo le direttive aziendali
Conoscenze	Elementi di economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il reparto Funzioni, caratteristiche e logiche dei sistemi di pianificazione e controllo di gestione Metodi e tecniche di analisi degli andamenti di vendita al fine di ottimizzare la vendita di prodotti in linea con le esigenze aziendali Standard e format per la redazione di report e documentazione ad uso interno Strategie commerciali dell'impresa e gamma dei prodotti venduti, caratteristiche, provenienza e deperibilità dei prodotti in base alle diverse tipologie Tecniche di budgeting per la corretta stesura e gestione dei budget e dei piani economici

Denominazione AdA	Partecipazione alla costruzione e presentazione dell'offerta
Descrizione della performance	Partecipare alla costruzione e presentazione dell'offerta secondo le direttive aziendali
UC	423
Capacità-abilità	Concorrere a elaborare l'offerta e a definire le gamme dei prodotti, i prezzi, l'allestimento e il balisage relativa al proprio reparto, tenendo conto delle aspettative dei clienti, dei consigli della centrale acquisti e dei prodotti a disposizione Monitorare la concorrenza e le osservazioni dei clienti, al fine di informare la direzione sull'evoluzione delle tendenze di vendita Organizzare le operazioni commerciali con la collaborazione degli addetti vendita (ordini, layout, rifornimento, ecc.) seguendone il coordinamento Raccogliere le informazioni tecniche presso i fornitori utili alla costruzione migliore dell'offerta Supportare gli addetti vendita a valorizzare i prodotti offerti e a migliorare continuamente il balisage e l'eventuale materiale informativo di vendita dei prodotti
Conoscenze	Gamma dei prodotti venduti, caratteristiche, provenienza e deperibilità dei prodotti in base alle diverse tipologie Metodi e tecniche di costruzione e presentazione dell'offerta commerciale per costruire un'offerta ampia e diversificata delle gamme dei prodotti in vendita

	Tecniche di analisi della concorrenza e benchmarketing per valutare le potenzialità dell'utilizzo di una precisa best practice in azienda Tecniche di ascolto, di diagnosi e di consiglio per identificare al meglio le esigenze dei clienti Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori Tecniche di marketing e vendita per la stesura del piano promozionale Tipologie di clienti, comportamenti di acquisto e mercato di riferimento per leggere e decodificare i comportamenti di consumo

Denominazione AdA	Pianificazione e supervisione del lavoro della propria squadra
Descrizione della performance	Effettuare l'adeguata pianificazione e supervisione del lavoro della propria squadra perseguendo l'impiego ottimale delle risorse affidate, nel rispetto delle logiche di efficienza
UC	424
Capacità-abilità	Applicare i vincoli normativi e le direttive aziendali per una corretta gestione dei contratti di lavoro Assicurare il rispetto delle normative igienico-sanitarie, quelle in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro e di prevenzione degli infortuni, oltre all'applicazione del piano di autocontrollo HACCP e delle procedure di qualità Coordinare le linee merceologiche di spettanza secondo le direttive aziendali Individuare i fabbisogni formativi al fine di mettere in atto iniziative di addestramento del personale neo assunto e la formazione continua Pianificare il lavoro della squadra, con la corretta ripartizione del lavoro del personale del reparto in corsie/sotto reparti o aree merceologiche, stabilendo gli orari e turni della squadra secondo le esigenze di servizio Sovrintendere alle attività del display nel reparto di riferimento, controllando il corretto posizionamento e allestimento delle merci negli scaffali o aree di vendita del proprio reparto, al fine di assicurare un adeguato livello di servizio alla clientela Supportare il personale nell'assunzione di comportamenti lavorativi coerenti con le strategie e la missione aziendale
Conoscenze	Contrattualistica e diritto del lavoro per pianificare l'organizzazione del lavoro Elementi e tecniche di analisi del lavoro e delle competenze per la rilevazione dei bisogni di formazione Elementi e tecniche di direzione e organizzazione aziendale per coordinare e pianificare il lavoro in squadra Gamma dei prodotti venduti, caratteristiche, provenienza e deperibilità dei prodotti in base alle diverse tipologie Metodi e tecniche di trasferimento di informazioni e know how ai fini

	dell'aggiornamento del personale Regole e procedure per realizzare l'affiancamento del personale neo assunto Sistemi e strumenti di lavoro incentivanti per motivare il personale e valutare le prestazioni e il potenziale dei collaboratori Tecniche di comunicazione interpersonale per la gestione efficace delle relazioni con i colleghi Tecniche di leadership e di delega al fine di creare un clima collaborativo e di gestione efficace ed efficiente del lavoro

Denominazione AdA	Programmazione e realizzazione degli ordini e degli approvvigionamenti
Descrizione della performance	Effettuare gli ordini e gli approvvigionamenti rispettando gli standard di qualità e in coerenza con i parametri e i piani commerciali aziendali
UC	421
Capacità-abilità	Assicurare il mantenimento delle riserve nel rispetto delle procedure, delle norme in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro e di qualità dello stoccaggio Assicurare tutte le azioni utili per la fornitura ottimale dei reparti Coordinare le svalorizzazioni entro il budget concesso per le linee merceologiche di competenza Gestire direttamente il processo di coordinamento degli acquisti, qualora tale funzione non sia svolta direttamente dalla sede centrale, contattando i fornitori ed effettuando in modo tempestivo gli ordini secondo le modalità aziendali Partecipare alla selezione degli assortimenti del proprio reparto o fornire indicazioni alla direzione centrale Registrare i fabbisogni relativi ai prodotti mancanti all'intero reparto di competenza con la collaborazione degli addetti vendite
Conoscenze	Elementi di tecnica commerciale di base per negoziare e gestire le relazioni commerciali con i fornitori Gamma dei prodotti venduti, caratteristiche, provenienza e deperibilità dei prodotti in base alle diverse tipologie Parco fornitori aziendali di riferimento Procedure e format per la compilazione della documentazione degli ordini Strategie commerciali e di assortimento dell'impresa e fabbisogni di breve periodo delle diverse tipologie di prodotti presenti nel reparto al fine di gestire gli assortimenti nel rispetto degli standard aziendali Tecniche di valutazione e gestione delle scorte di magazzino per evitare eventuali rimanenze

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Tecnico della gestione di rapporti commerciali con i clienti per la vendita di prodotti e/o servizi (54)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Venditore/rappresentante
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Commerciale e vendita
Livello di complessità	Gruppo-livello B
Descrizione	Gestisce i rapporti commerciali con i clienti per la vendita di prodotti e/o servizi. Visita i clienti direttamente nella loro impresa, spesso su appuntamento, proponendo l'acquisto dei prodotti/servizi e svolgendo un ruolo sempre più orientato all'aspetto consulenziale. Si occupa di individuare potenziali acquirenti di prodotti/servizi, di vendere 'se stesso' e 'l'immagine dell'azienda', di trovare un accordo su una serie di iniziative che siano profittevoli per le parti interessate attraverso un processo di determinazione dei bisogni del cliente e delle tendenze del mercato dell'area/zona sulla quale ha il mandato

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Svolge la propria attività in autonomia, ma è tenuta comunque al rispetto del grado di discrezionalità concordato con la casa mandante. E' una professionalità soggetta all'obbligo dell'iscrizione camerale, della gestione della partita Iva, dell'iscrizione all'INPS e della tenuta delle scritture contabili ordinaria o semplificata. In relazione alla zona affidata dal mandato e all'ampiezza del portfolio clienti, ha l'opportunità di pianificare liberamente le attività secondo un programma che può variare ed essere flessibile nel rispetto degli obiettivi da perseguire. Il trattamento economico, definito nel contratto, è stabilito dal rapporto fra la percentuale di provvigione e il venduto. In alcuni casi, può operare con contratto di lavoro dipendente; in tale contesto, l'assegnazione del portfolio clienti è effettuata dall'azienda in base a criteri economico-finanziari e territoriali
Collocazione contrattuale	Secondo l'articolo 1742 del Codice Civile questa professionalità promuove la conclusione di un affare in una determinata zona per conto di una o più ditte mandanti dai quali viene retribuita sulla base di cosiddetti 'contratti di agenzia'. Il contratto di agenzia è un accordo fra le parti che prevede la descrizione del prodotto che si va a promuovere, la durata del rapporto, che può essere a tempo determinato o indeterminato, la zona, la provvigione e il riferimento agli accordi economici collettivi

Collocazione organizzativa	Rispetto alle case mandanti questa figura opera all'esterno dell'azienda seguendo le indicazioni del direttore commerciale e del capo area
Opportunità sul mercato del lavoro	In questo settore si registra una tendenza negativa, accompagnata dall'esigenza di adeguare la professionalità della figura alle nuove caratteristiche del mercato. Si rileva infatti la necessità che questa figura svolga attività sempre più qualificate e più vicine a quelle che caratterizzano il collaboratore e consulente dell'impresa, ad esempio con maggiori competenze in materia di analisi dei mercati e dei prodotti trattati, nonché di fidelizzazione della clientela, nell'ottica di un diverso approccio con le aziende produttrici e di un lavoro svolto sotto forma di impresa autonoma. Gli sviluppi di crescita di questa figura prevedono sia l'incremento dei volumi d'affari e il passaggio a case mandanti di dimensioni sempre più considerevoli, sia possibilità di inserimento nell'organico dell'azienda mandante con responsabilità di capo area o di direttore commerciale
Percorsi formativi	E' opportuno, anche se non obbligatorio, il possesso di un titolo di istruzione secondaria superiore. Per l'esercizio di questa professionalità è obbligatoria invece l'iscrizione al ruolo della Camera di Commercio. Per potersi iscrivere è necessario aver superato l'esame previsto al termine di uno specifico corso di formazione professionale riconosciuto dalla Regioni presso un'agenzia formativa accreditata. Per coloro che hanno conseguito un titolo di istruzione secondaria superiore presso istituti tecnico-commerciali o istituti professionali per il commercio, per i laureati in discipline economiche e quanti abbiano svolto, per almeno due anni, il lavoro di addetto al settore vendite (vedi Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e l'allestimento e rifornimento degli scaffali) in un'impresa al dettaglio o di viaggiatore piazzista, l'iscrizione al ruolo avviene senza l'obbligo di frequenza del corso di formazione e del superamento del relativo esame finale

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	342 - BUSINESS SERVICES AGENTS AND TRADE BROKERS - 3429 - Business services agents and trade brokers not elsewhere classified 341 - FINANCE AND SALES ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3419 - Finance and sales associate professionals not elsewhere classified
ISTAT Professioni (CP 2011)	3.3.4.2.0 - Agenti di commercio
ATECO 2007	46.11 - Intermediari del commercio di materie prime agricole, di animali vivi, di materie prime tessili e di semilavorati 46.12 - Intermediari del commercio di combustibili, minerali, metalli e prodotti chimici 46.13 - Intermediari del commercio di legname e materiali da costruzione 46.14 - Intermediari del commercio di macchinari, impianti industriali, navi e aeromobili 46.15 - Intermediari del commercio di mobili, articoli per la casa e ferramenta 46.16 - Intermediari del commercio di prodotti tessili, abbigliamento, pellicce, calzature e articoli in pelle

	46.17 - Intermediari del commercio di prodotti alimentari, bevande e tabacco 46.18 - Intermediari del commercio specializzato in altri prodotti 46.19.01 - Agenti e rappresentanti di vari prodotti senza prevalenza di alcuno 46.19.02 - Procacciatori d'affari di vari prodotti senza prevalenza di alcuno 46.19.03 - Mediatori in vari prodotti senza prevalenza di alcuno

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Analisi e sviluppo del prodotto/servizio
Descrizione della performance	Fornire indicazioni e proposte per lo sviluppo dei prodotti e dei servizi in linea con la politica aziendale, sulla base di un'analisi delle caratteristiche e dei dati relativi al gradimento e alla resa del prodotto/servizio nel medio e nel lungo periodo
UC	444
Capacità-abilità	Analizzare i dati sulla percezione del prodotto da parte del cliente valutandone potenzialità e limiti che incidono sulle possibilità di vendita Analizzare i prodotti della concorrenza individuandone i punti deboli e i punti di forza Analizzare le informazioni sul prodotto fornite dall'azienda cogliendone punti di forza e punti di debolezza, opportunità e rischi Identificare i processi aziendali, i ruoli, le funzioni e le responsabilità, relativi al prodotto/servizio, che consentono di comprendere la struttura organizzativa Presentare soluzioni di miglioramento in linea con le potenzialità dell'azienda, le tendenze del mercato e l'analisi della concorrenza Verificare la presenza dei requisiti minimi di qualità del prodotto/servizio sperimentandone l'utilizzo per fornire suggerimenti di miglioramento
Conoscenze	Metodologie di reporting di andamento e previsionali Politica di prodotto/servizio della casa mandante con particolare riferimento a obiettivi e scelte strategiche Principali modelli organizzativo-strutturali e relative condizioni di efficacia ed efficienza dei processi con particolare riferimento agli aspetti delle funzioni e dei ruoli organizzativi Strumenti di gestione della forza vendita con particolare attenzione agli strumenti operativi di analisi del portfolio prodotti nel mercato di

	riferimento Tecniche di analisi delle caratteristiche del prodotto in termini di punti di forza, di debolezza, opportunità e rischi Tecniche di banchmarking per l'analisi dei prodotti della concorrenza e la scelta di best practice

Denominazione AdA	Controllo degli aspetti amministrativi e di gestione degli ordini
Descrizione della performance	Monitorare gli adempimenti amministrativi e la gestione degli ordini avvalendosi anche di professionalità esterne per la consulenza e la predisposizione dei documenti nel rispetto delle normative fiscali vigenti
UC	447
Capacità-abilità	Comprendere i dati di bilancio Fornire la documentazione necessaria per la redazione della dichiarazione dei redditi Gestire le scritture contabili Interpretare i contratti stipulati con le case mandanti Preparare gli ordini evacuandoli nel rispetto dei modelli, dei tempi e delle procedure fornite dall'azienda Redigere correttamente e archiviare le fatture Utilizzare sistemi applicativi informatici per la registrazione dei dati e delle informazioni
Conoscenze	Elementi di contabilità generale e scritture contabili per la procedura di redazione e l'analisi del bilancio di esercizio Elementi di disciplina contrattuale e di diritto commerciale Elementi di legislazione sociale Normativa in materia di rapporti di lavoro Normativa in materia fiscale, di imposte, tasse e tributi Normativa in materia previdenziale e di infortunistica Sistemi informatici per la ricerca di informazioni e la gestione dei dati indispensabili per le registrazioni e la tenuta sotto controllo dell'attività svolta

Denominazione AdA	Pianificazione delle attività
Descrizione della performance	Pianificare le attività di visita ai clienti e ogni altra attività necessaria al mantenimento di contatti e rapporti utili al proprio lavoro che consentano il raggiungimento dei risultati previsti dall'azienda
UC	445
Capacità-abilità	Definire le attività da svolgere con chiarezza e precisione utilizzando sistemi informatici per la gestione dei dati e delle informazioni sia in input che in output al processo Organizzare un programma di visite ai clienti fissando gli appuntamenti, ottimizzandone costi e tempi e verificando l'efficienza

	dei mezzi di supporto (es. automobile, computer portatile) Preparare i cataloghi, i campionari e i listini prezzi necessari per svolgere le attività con professionalità e secondo le procedure richieste dalla casa mandante Prevedere il budget dei costi da sostenere durante le trasferte collocandolo in una programmazione annuale delle attività Reperire le informazioni necessarie alla programmazione utilizzando il telefono, il fax, Internet, la posta elettronica ed ogni altro strumento di ricerca che favorisca una ricerca rapida ed efficace
Conoscenze	Sistemi informatici per la ricerca di informazioni e la gestione dei dati per le registrazioni e la tenuta sotto controllo dell'attività svolta Tecniche di previsione dei costi per ottimizzare le spese da sostenere per il corretto svolgimento delle attività previste Teorie e tecniche per effettuare una pianificazione strategica utile alla riduzione dei costi e all'ottimizzazione dei tempi e delle risorse

Denominazione AdA	Sviluppo e monitoraggio del portfolio clienti e vendite
Descrizione della performance	Sviluppare il portfolio clienti comunicando efficacemente con loro, controllando e verificando con periodicità la loro soddisfazione, l'evoluzione degli interessi e delle richieste
UC	446
Capacità-abilità	Analizzare il portfolio clienti e i risultati di vendita sulla base di indicatori utili alla misurazione delle performance Ascoltare i reclami dei clienti favorendo il mantenimento del clima di fiducia instaurato Attivare azioni correttive e preventive risolvendo le situazioni di inefficienza o di non conformità del prodotto con risposte competitive, vantaggiose e adeguate Comunicare con efficacia durante la trattativa di vendita utilizzando stili, strategie comunicative e tecniche di vendita differenziate, adeguate al contesto, all'interlocutore ed agli scopi Elaborare report periodici alla casa mandante sull'andamento delle vendite, le previsioni e i cambiamenti in atto rispetto alle richieste dei clienti e alle più generali tendenze della propria area Fornire informazioni tecniche al cliente sui prodotti offerti, suggerimenti nelle scelte e possibili alternative di acquisto orientando il cliente verso i prodotti del proprio repertorio che maggiormente soddisfino le richieste e le aspettative latenti e sviluppando nuovi interessi e bisogni Identificare i potenziali clienti circoscrivendo l'area di intervento, determinandone bisogni, interessi e richieste e attivando azioni mirate per l'ampliamento del portfolio Trovare un accordo sulle iniziative profittevoli per entrambi le parti
Conoscenze	Canali di distribuzione e tipologie delle relazioni tra intermediari Elementi di marketing strategico e marketing operativo: teorie e

	modelli Elementi di psicologia della comunicazione per fornire informazioni utilizzando stili comunicativi e strategie adeguati al contesto Iniziative e strategie della concorrenza per offrire al cliente risposte competitive, vantaggiose e adeguate Metodologie di reporting di andamento e previsionali Politica e strategie di prodotto e di prezzo della casa mandante per offrire al cliente proposte in linea con le possibilità e nel rispetto dell'immagine dell'azienda rappresentata Sistema informativo di marketing e per le ricerche di mercato: architettura del sistema informativo, ricerche qualitative e quantitative, analisi dei dati secondari e sistemi informatici per la ricerca di informazioni e la gestione dei dati indispensabili per le registrazioni e la tenuta sotto controllo dell'attività svolta Tecniche di vendita per condurre la trattativa di vendita negoziando ed offrendo soluzioni soddisfacenti per le parti interessate Tecniche e strumenti di gestione della forza vendita per compiere analisi corrette del portfolio clienti, delle performance di vendita, e definire gli obiettivi della forza vendita Teorie di Customer satisfaction per comprendere la psicologia del cliente e le motivazioni degli orientamenti di acquisto

Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Tecnico delle attività di allestimento di vetrine e display (14)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Allestitore di vetrine e display
Settori di riferimento	Distribuzione commerciale (8)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello B
Descrizione	Cura l'immagine aziendale e si occupa dell'ambientazione e dell'arredo delle vetrine e dei display a seguito di una progetto grafico concordato con il committente sulla base della politica promozionale e di immagine dell'azienda. Nel settore food cura l'organizzazione degli spazi di vendita definiti layout e si occupa dell'allestimento tecnico secondo i parametri della disposizione ed esposizione delle merci o display. Nel settore no food si occupa dell'allestimento della vetrina del punto di vendita utilizzando i mezzi visivi più idonei alla valorizzazione del messaggio pubblicitario e del prodotto, sulla base delle indicazioni dei temi promozionali e della politica di immagine dell'azienda. Può essere contattato anche per la realizzazione della cartellonistica e di campioni per l'esposizione, per l'allestimento di stand nell'ambito di mostre e fiere e per l'ambientazione di sfilate di moda

Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Può operare con contratto di lavoro dipendente in realtà organizzative della grande distribuzione, mentre nella piccola e media impresa questa professionalità viene coperta dagli addetti alle vendite o dallo stesso titolare del punto vendita
Collocazione contrattuale	Per poter intraprendere l'attività autonoma, occorre l'iscrizione presso la Camera di Commercio e l'apertura di partita IVA
Collocazione organizzativa	Opera, in genere, con contratto di collaborazione con agenzie pubblicitarie, studi di consulenza di immagine aziendale e/o ditte di allestimento, a cui vengono richieste prestazioni specialmente in alcuni periodi dell'anno, quali festività e ricorrenze, quando la concorrenza d'immagine è più sentita. All'interno della grande distribuzione lavora alle dipendenze del responsabile degli allestimenti e collabora con gli addetti alle vendite (vedi Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e l'allestimento e rifornimento degli scaffali) e con gli allestitori di uno o più reparti. Nelle realtà organizzative di piccola e media distribuzione dipende direttamente da un responsabile marketing o dal titolare del punto vendita. Nell'ultimo caso, a svolgere le mansioni di questa

	figura può essere un addetto alle vendite (vedi Operatore per le attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e all'allestimento e rifornimento degli scaffali) formato tramite corsi professionali per acquisire le conoscenze e capacità necessarie alla corretta messa a punto delle vetrine/display
Opportunità sul mercato del lavoro	Dopo un periodo significativo di esperienza in una grande realtà organizzativa questa figura può svolgere la propria attività in maniera autonoma come freelance. Può diventare anche collaboratore o responsabile del settore pubblicità di aziende commerciali, oppure responsabile dell'allestimento di spazi fieristici e di mostre
Percorsi formativi	I percorsi di formazione secondaria superiore più adeguati allo sviluppo di questa professionalità sono quelli che rilasciano un titolo di istruzione secondaria superiore artistica, di design o di grafica. È comunque opportuno seguire successivamente un corso di formazione professionale e/o di specializzazione per approfondire alcune tecniche e per aggiornarsi sui nuovi materiali e sulle nuove tendenze del mercato. Successivamente, tale attività di aggiornamento, prevista dall'azienda o effettuata autonomamente, risulta indispensabile per garantire l'evoluzione della professionalità acquisita

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	342 - BUSINESS SERVICES AGENTS AND TRADE BROKERS - 3429 - Business services agents and trade brokers not elsewhere classified
ISTAT Professioni (CP 2011)	5.1.3.3.0 - Vetrinisti e professioni assimilate
ATECO 2007	47.1 - COMMERCIO AL DETTAGLIO IN ESERCIZI NON SPECIALIZZATI 47.2 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.4 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.5 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 - COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.71 - Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati 47.72 - Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati 47.73 - Commercio al dettaglio di medicinali in esercizi specializzati 47.74 - Commercio al dettaglio di articoli medicali e ortopedici in esercizi specializzati 47.75 - Commercio al dettaglio di cosmetici, di articoli di profumeria e di erboristeria in esercizi specializzati 47.76 - Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati 47.77 - Commercio al dettaglio di orologi e articoli di gioielleria in esercizi specializzati

	47.78 - Commercio al dettaglio di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano) in esercizi specializzati 47.79.10 - Commercio al dettaglio di libri di seconda mano 47.79.20 - Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato 47.79.30 - Commercio al dettaglio di indumenti e altri oggetti usati

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IeFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Allestimento della vetrina/display
Descrizione della performance	Allestire la vetrina/display rispettando il progetto grafico concordato con il Committente per il raggiungimento dei risultati previsti dalla strategia promozionale e di immagine dell'azienda
UC	454
Capacità-abilità	Allestire vetrine, display e spazi espositivi, creando le giuste ambientazioni, e realizzare l'immagine di stand per mostre o fiere, la cartellonistica e i campioni da esposizione Definire le attività da svolgere pianificando i tempi di realizzazione Mediare fra le tendenze del mercato di riferimento e le richieste dei diversi produttori trovando soluzioni che soddisfino le parti interessate Operare scelte di allestimento utilizzando senso artistico, fantasia, creatività e abilità manuale Prevedere il budget dei costi da sostenere per l'acquisto dei materiali Scegliere i materiali adeguati alle creazioni che si vogliono effettuare ottimizzando i risultati e i costi
Conoscenze	Grafica pubblicitaria e visual merchandising per scegliere adeguate soluzioni di comunicazione d'immagine, tecniche di illuminazione ed effetti del colore Nozioni di psicologia della comunicazione e tecniche del messaggio Sistemi informatici per la ricerca di informazioni e la gestione dei dati indispensabili per le registrazioni ed il monitoraggio dell'attività svolta Teorie di time management per organizzare al meglio i propri tempi e ritmi di lavoro Teorie e tecniche di pianificazione strategica per la riduzione dei costi e l'ottimizzazione dei tempi

Denominazione AdA	Analisi della richiesta della committenza e progettazione della vetrina/display

Descrizione della performance	Analizzare le richieste del cliente/committente elaborando proposte progettuali per lo sviluppo della vetrina/display in linea con le politiche promozionali e di immagine dell'azienda, le tendenze del mercato locale, le esigenze dei produttori, le scelte della concorrenza
UC	453
Capacità-abilità	Analizzare le informazioni sul prodotto da promuovere fornite dall'azienda in funzione della progettazione di un allestimento promozionale Ascoltare le richieste del cliente nel rispetto della strategia d'immagine aziendale Realizzare il progetto grafico con adeguate soluzioni di allestimento, in linea con le potenzialità dell'azienda, le tendenze del mercato e l'analisi della concorrenza Riesaminare la proposta progettuale sulla base dei feedback del Committente per renderla più adeguata alle esigenze e soddisfacente per il cliente Verificare la coerenza tra il budget aziendale e i costi dell'idea progetto che si vuole presentare
Conoscenze	Metodi e tecniche per la realizzazione di un progetto grafico idoneo alle richieste della committenza Politica promozionale e di immagine dell'azienda Tecniche di analisi delle caratteristiche del prodotto per l'individuazione dei punti deboli e dei punti di forza, delle opportunità e dei rischi Tecniche di benchmarketing per l'analisi dei prodotti della concorrenza e la scelta di best practice

Denominazione AdA	Gestione amministrativa
Descrizione della performance	Tenere sotto controllo gli adempimenti amministrativi avvalendosi anche di professionalità esterne per la consulenza e la predisposizione dei documenti nel rispetto delle normative fiscali vigenti
UC	456
Capacità-abilità	Comprendere i dati di bilancio Fornire la documentazione necessaria per la redazione della dichiarazione dei redditi Gestire le scritture contabili Interpretare i contratti stipulati con i Committenti Redigere correttamente le fatture e archiviarle correttamente Utilizzare sistemi applicativi informatici per la registrazione dei dati e delle informazioni
Conoscenze	Aspetti previdenziali e di infortunistica Elementi di contabilità generale e scritture contabili per la procedura di redazione e l'analisi del bilancio di esercizio

	Elementi di disciplina contrattuale e di diritto commerciale Elementi di legislazione sociale Fonti normative in materia di rapporti di lavoro Normativa in materia fiscale, di imposte, tasse e tributi Sistemi informatici per la ricerca di informazioni e la gestione dei dati indispensabili per le registrazioni e la tenuta sotto controllo dell'attività svolta

Denominazione AdA	Sviluppo e monitoraggio del portfolio clienti
Descrizione della performance	Sviluppare il portfolio clienti comunicando efficacemente con loro, controllando e verificando con periodicità la loro soddisfazione, l'evoluzione degli interessi e delle richieste e cercando di prevedere i bisogni futuri per il miglioramento del servizio
UC	455
Capacità-abilità	Analizzare il portfolio clienti ed i risultati di vendita sulla base di indicatori utili alla misurazione delle performance Ascoltare i reclami dei clienti favorendo il mantenimento del clima di fiducia instaurato Attivare azioni correttive e preventive risolvendo le situazioni di inefficienza o di non conformità del prodotto con risposte competitive, vantaggiose e adeguate Comunicare con efficacia durante la trattativa di vendita utilizzando stili, strategie comunicative e tecniche di vendita differenziate, adeguate al contesto, all'interlocutore e agli scopi Fornire informazioni tecniche al cliente sui servizi offerti, suggerimenti nelle scelte e possibili alternative di servizio da acquistare Identificare i potenziali clienti circoscrivendo l'area di intervento, determinandone bisogni, interessi e richieste e attivando azioni mirate per l'ampliamento del portfolio Orientare il cliente verso i prodotti del proprio repertorio che maggiormente soddisfino le richieste e le aspettative latenti, sviluppando nuovi interessi e bisogni Redigere report periodici sull'andamento delle commesse ricevute e realizzate, sulle previsioni e sui cambiamenti in atto rispetto alle richieste dei clienti e alle più generali tendenze del mercato Trovare un accordo sulle iniziative profittevoli per entrambe le parti
Conoscenze	Canali di distribuzione, tipologie delle relazioni fra intermediari Elementi della comunicazione per fornire informazioni utilizzando stili comunicativi e strategie adeguati al contesto Elementi di Customer satisfaction per comprendere la psicologia del cliente e le motivazioni di determinati orientamenti di acquisto Elementi di marketing e tecniche di ricerca di mercato Elementi di marketing strategico e marketing operativo: teorie e

	modelli Metodologie di reporting di andamento e previsionali Politica e strategie di prodotto e di prezzo della casa mandante per offrire al cliente proposte in linea con le possibilità e nel rispetto dell'immagine dell'azienda rappresentata Strumenti di gestione della forza vendita per compiere analisi corrette del portafoglio clienti, delle performance di vendita, e definire gli obiettivi della forza vendita Tecniche di vendita per condurre la trattativa di vendita negoziando ed offrendo soluzioni soddisfacenti per le parti interessate Tecniche e strategie della concorrenza per offrire al cliente risposte competitive, vantaggiose e adeguate