***TECNICO DELLA GESTIONE***

***DEL PUNTO VENDITA***

***Tecnico della gestione del punto vendita***

|  |
| --- |
| **Descrizione sintetica** |
| Il Tecnico della gestione del punto vendita è in grado di dirigere, coordinare e gestire un reparto/settore/punto vendita coerentemente con le politiche commerciali definite, secondo obiettivi di vendita da raggiungere e servizi da erogare e garantire al consumatore. |

|  |
| --- |
| **Area Professionale** |
| Marketing e vendite |

|  |  |
| --- | --- |
| **Profili collegati – collegabili alla figura** | |
| **Sistema di riferimento** | **Denominazione** |
| NUP | 5.1.2.2.0. Esercenti delle vendite al minuto 3.3.3.4.0 Tecnici della vendita e della distribuzione |
| Repertorio delle professioni ISFOL | Commercio e distribuzione - Capo reparto - Esercente di punto vendita in franchising - Esercente |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Unità di competenza** | **Capacità**  **(essere in grado di)** | **Conoscenze**  **(conoscere)** |
| **Gestione commerciale reparto/settore/ punto vendita** | stabilire la composizione dell’assortimento secondo criteri di ampiezza, profondità e marche sulla base delle politiche di acquisto e degli obiettivi di vendita aziendali | * Forme distributive e tipologia organizzativa dell’impresa commerciale * Il ciclo delle merci * Le principali componenti del servizio nelle strutture di vendita * La gestione dello spazio in punto vendita * Organizzazione e gestione commerciale del reparto/settore/punto vendita * Composizione dell’assortimento * Tecniche della comunicazione interpersonale e della gestione dei gruppi di lavoro * Organizzazione del lavoro * Informatica di base ed applicata ai concetti di statistica * Lingua straniera scritta e parlata: sintassi, grammatica, terminologia tecnica, etc. * Principi di pianificazione e gestione delle promozioni * Normative in tema di contrattualistica del commercio * Tipologia e funzionamento delle macchine ed attrezzature in uso nel reparto/settore/punto vendita * Elementi identificativi dei prodotti * Gestione amministrativa e contabile del punto vendita * Caratteristiche merceologiche ed utilizzo dei prodotti alimentari e non * Disposizioni a tutela della sicurezza nell’ambiente di lavoro nelle strutture di vendita * Normative igienico-sanitarie per la gestione dei prodotti alimentari |
| valutare la funzionalità dell’organizzazione dello spazio distribuito per aree merceologiche ai fini di perseguire obiettivi di servizio e valorizzazione dell’ immagine del reparto/settore/punto vendita |
| individuare criteri di organizzazione del display funzionali alla migliore visualizzazione dei prodotti ed ottimizzazione del facing |
| definire la programmazione delle campagne promozionali: scelta dei prodotti, del periodo e delle modalità di gestione, coerentemente con le strategie aziendali |
| **Amministrazio-ne conto economico del reparto/settore/ punto vendita** | applicare tecniche e procedure per il calcolo del prezzo di vendita, degli interessi e dei benefici finanziari, le ripartizioni percentuali del fatturato, calcolo e scorporo dell’IVA, ecc. |
| quantificare i margini commerciali e di ricarico per reparti, famiglie merceologiche, referenze, ecc. |
| leggere ed interpretare dati economici di vendita e di gestione del reparto/settore/punto vendita anche in relazione all’analisi della concorrenza |
| valutare l’opportunità di applicare riduzioni o aumenti dei prezzi standard, limitatamente al range consentito, sulla base degli andamenti delle vendite, giacenze, ecc. |
| **Gestione risorse umane del reparto/settore/punto vendita** | determinare organico e turni di lavoro del personale di reparto/punto vendita per un efficace presidio dei flussi di vendita e relativa erogazione dei servizi |
| valutare caratteristiche, qualità e competenze del personale di reparto/settore/punto vendita |
| individuare le leve motivazionali di natura relazionale, cognitiva e comportamentale più efficaci a valorizzare il personale di reparto/settore/punto vendita |
| trasferire contenuti professionali al personale del reparto/punto vendita attraverso azioni di affiancamento, formazione, ecc. |
| **Servizio e customer satisfaction** | utilizzare strumenti e tecnologie dell’informazione avanzate per la realizzazione di indagini mirate sui comportamenti di consumo e bisogni delle persone |
| interpretare le informazioni relative ai consumatori al fine di individuare schemi di comportamento d’acquisto individuali, per segmenti di popolazione |
| individuare azioni di fidelizzazione della clientela, mettendo a punto offerte integrate di nuovi servizi e prodotti dentro e fuori il reparto/settore/punto vendita |
| tradurre dati/informazione di customer satisfaction in azioni di miglioramento dei servizi erogati |

**Indicazioni per la valutazione delle unità di competenza**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Unità di competenza** | **Oggetto di osservazione** | **Indicatori** | **Risultato atteso** | **Modalità** |
| **Gestione commerciale reparto/settore/ punto vendita** | Le operazioni di gestione commerciale del reparto/settore/punto vendita | elaborazione del piano di approvvigionamento  costruzione del layout merceologico  realizzazione degli spazi espositivi  realizzazione del piano promozionale | Reparto/settore/punto vendita organizzato secondo criteri di funzionalità, servizio, economicità | Prova pratica in situazione |
| **Amministrazione conto-economico del reparto/settore/ punto vendita** | Le operazioni di amministrazione del conto-economico | costruzione delle scale prezzi sulla base delle indicazioni aziendali  elaborazioni dei dati di vendita: margine utile, produttività, perdite inventariali, ecc.  analisi della concorrenza | Conto-economico gestito e amministrato secondo gli obiettivi di budget definiti |
| **Gestione risorse umane del reparto/settore/ punto vendita** | Le operazioni di gestione delle risorse umane | organizzazione del lavoro  coordinamento del personale di reparto/punto vendita  predisposizione del programma di formazione base, specialistica e di aggiornamento per i collaboratori  valutazione dei propri collaboratori | Personale organizzato coerentemente con i fabbisogni di presidio del reparto/punto vendita |
| **Servizio e customer satisfaction** | Le operazioni di presidio del servizio e customer satisfaction | controllo del grado di soddisfazione del cliente  elaborazioni di dati ed informazioni circa i comportamenti del consumatore  creazione della rete di relazioni locali con istituzioni, associazioni, scuole, ecc.  realizzazione di eventi culturali, sociali, commerciali per il radicamento sul territorio | Interventi volti alla fidelizzazione e soddisfazione del cliente proposti e realizzati |  |