



TECNICO QUALIFICATO IN GESTIONE DELLE RELAZIONI CON LA CLIENTELA E DEL PROCESSO DISTRIBUTIVO - Profilo non più attivabile dal 23/07/2009

Settore ISFOL: 23 - ATTIVITA' PROMOZIONALI E PUBBLICITA'

SubSettore ISFOL: 2301 - Marketing

Codice Profilo: 2301025

Descrizione

E' una professionalità che opera nel settore Attività di servizi alle imprese. Cura, nel processo commerciale, il segmento di gestione delle relazioni con la clientela, occupandosi di marketing, vendita/distribuzione, gestione rete vendita, promozione, comunicazione, servizio, avvalendosi di soluzioni hardware/software e generando ricadute di soddisfazione/fidelizzazione del cliente. È responsabile del segmento di processo e assume le decisioni connesse alle attività e al rapporto con il cliente.

Codice ISFOL (comparto)

2301 - Marketing

Codice ATECO

K74 - ATTIVITÀ DI SERVIZI ALLE IMPRESE

Tipologia: Qualifica Professionale

Livello europeo qualifica: III.c

Riferimenti normativi

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (BASE)

	obiettivi competenze	aree di sapere
1	Essere in grado di utilizzare il Personal Computer e i più diffusi strumenti e applicativi informatici per redigere testi e documenti, elaborare dati, comunicare con i collaboratori e con l'esterno.	Informatica: nozioni base di hardware, software e sistemi operativi; gestione file; elaborazione testi; foglio elettronico per elaborazione dati; Internet per ricerche e posta elettronica.
2	Conoscere il quadro normativo della sicurezza e i diritti sul lavoro e della privacy. Essere in grado di applicare i principi di prevenzione e protezione sul lavoro, del rispetto dei diritti e della riservatezza.	Normativa in materia di sicurezza sul lavoro, diritti dei lavoratori, contrattualistica e rapporti di lavoro. Normativa in materia di privacy.

Obiettivi di competenza e relative aree di sapere (TECNICO-PROFESSIONALI E TRASVERSALI)

	obiettivi competenze	aree di sapere
--	----------------------	----------------

1	Essere in grado di comunicare , ascoltare e gestire il dialogo e l'interazione interpersonale. Conoscere ed essere in grado di applicare i meccanismi della comunicazione efficace verso il mercato per sviluppare relazioni. Essere in grado di gestire le dinamiche di interazione con il cliente.	La comunicazione: modelli, obiettivi e canali di comunicazione con il mercato; la comunicazione orale e scritta; ostacoli della comunicazione; interazione con il cliente (comprensione dei bisogni e ascolto); comunicazione propositiva, promozionale e persuasiva.
2	Conoscere i principi e i contenuti della comunicazione etica ed essere in grado di applicarli nelle relazioni sia interne che esterne dell'azienda.	Comunicazione etica: Corporate Responsibility; responsabilità sociale nei rapporti interni aziendali e di mercato; etica dei mercati; comportamenti etici e comunicazione verso il cliente.
3	Conoscere ed essere in grado di applicare le logiche del marketing innovativo. Essere in grado di generare soluzioni marketing innovative, con l'impiego di tecnologie dell'informazione e della comunicazione.	Marketing innovativo: Customer Relationship Management (CRM); multichannel marketing; Web marketing; tecniche innovative di vendita/distribuzione; direct marketing; telemarketing e teleselling.
4	Conoscere le logiche del marketing dei servizi ed essere in grado di applicarle in settori diversificati. Essere in grado di ideare e gestire in chiave marketing attività di servizio al cliente.	Marketing dei servizi: centralità e comportamento del cliente, gestione delle informazioni; soddisfazione e fidelizzazione; strumenti di gestione del servizio al cliente; Customer Care.
5	Conoscere i principi di organizzazione e pianificazione ed essere in grado di applicarli per coordinare reti di agenti, ottimizzando, misurando e controllando i risultati e le prestazioni commerciali.	Gestione reti commerciali: organizzazione reti di vendita; processo commerciale; gestione per obiettivi e controllo dei risultati di vendita; programmazione e gestione dell'azione commerciale.
6	Conoscere i concetti base e i principali strumenti di gestione manageriale di impresa. Essere in grado di operare in azienda e all'interno di strutture operative con un approccio manageriale.	Elementi di management: organizzazione aziendale; pianificazione, budgeting e controllo di gestione; gestione del personale; Sistemi di Gestione della Qualità ISO 9001:2000.
7	Essere in grado di interpretare le competenze, i comportamenti e le relazioni per una efficace gestione di impresa e possedere visione economica, attitudine al problem solving e capacità di lavorare in gruppo.	Capacità manageriali: problem solving; team working; gestione dei collaboratori; orientamento ai risultati. Competenze di ruolo: leadership; management by objective; role playing; time management.
8	Conoscere, comprendere ed essere in grado di utilizzare soluzioni hardware e software per la gestione delle relazioni con il cliente e del servizio al cliente.	Soluzioni di CRM: strumenti e requisiti hardware (server, reti, applicazioni in Call/Contact Center ecc.) e software (SFA, Customer Service, Help Desk, Business Intelligence, inbound/outbound ecc.).

Durata minima (ore): 750

Requisiti di ingresso

Titoli di istruzione	Qualifiche professionali conseguite mediante percorso/i formativo/i	Eventuali altri requisiti aggiuntivi rispetto ai titoli di studio/formazione

a)	ISTRUZIONE SECONDO CICLO: (titolo attestante il compimento del percorso relativo al secondo ciclo dell'istruzione (sistema dei licei o sistema dell'istruzione e formazione professionale))		
b)		FORMAZIONE PROFESSIONALE: qualifica professionale di livello: II (corrispondente a profilo professionale nel settore/subsetto di riferimento)	
c)	ISTRUZIONE PRIMO CICLO: (diploma di scuola secondaria di primo ciclo)		Esperienza lavorativa biennale

Sbocchi occupazionali

*Strutture di marketing, servizio al cliente e Customer Care di aziende ed enti di settori diversificati quali telecomunicazioni, Grande Distribuzione, utilities, largo consumo, banche e finanza, trasporti e spedizioni, organizzazioni no profit e sanità; agenzie formative operanti nel settore TLC. Aziende di servizi marketing e Call/Contact Center.

Professionalità docente

*Docenti ed esperti provenienti dal mondo del lavoro e delle professioni.

Attrezzature e sussidi didattici

*Aule e attrezzature informatiche per visionare ed apprendere le funzionalità delle soluzioni software di CRM.

Note