



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

Area di attività

1. Analisi dei requisiti e del contesto competitivo

Competenze acquisite

Analizzare le possibili alternative organizzative e tecnologiche alla luce del posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica del mondo Internet, per definire con il responsabile del progetto caratteristiche, obiettivi e risultati attesi della soluzione di e-business da sviluppare.

Abilità

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

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

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

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

Conoscenze

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

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

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

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

2. Organizzazione delle vendite.

Competenze acquisite

Definire le strategie e le scelte relative all'organizzazione delle vendite on line, verificando l'opportunità di costituire una rete di vendita in affiancamento e sinergia con il canale online e curando gli aspetti di approvvigionamento e distribuzione del prodotto/servizio da vendere.

Abilità

Definire un insieme di indicatori di efficacia ed efficienza per monitorare la performance commerciale in relazione ai target di vendita e all'andamento dei mercati di riferimento.

Organizzare una rete commerciale, definendone la struttura, gli obiettivi e gli strumenti di incentivazione ai fini di incrementare le vendite del prodotto e/o servizio.

Confrontare la struttura ed i risultati della propria rete di vendita con quelli delle reti dei principali concorrenti, per individuare correttivi e possibili miglioramenti organizzativi.

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

Verificare i risultati di vendita, confrontandoli con gli obiettivi e tenendo aggiornati i responsabili aziendali su andamenti e previsioni.

Conoscenze

Principi base di logistica applicata alla vendita di prodotti e/o servizi on line per coordinare una efficiente organizzazione della distribuzione del prodotto o servizio al cliente finale.

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

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

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

Nozioni di diritto commerciale e tributario applicato alle vendite a distanza, per assicurare il rispetto degli obblighi normativi e fiscali da parte dell'azienda.

3. Assistenza e customer management.

Competenze acquisite

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

Abilità

Redigere le istruzioni e i manuali d'uso, anche tramite la loro pubblicazione on-line, per facilitare l'utilizzo del sistema da parte degli utenti.

Analizzare i dati relativi agli accessi degli utenti e produrre le relative statistiche.

Consigliare al cliente operazioni di manutenzione o aggiornamento dei prodotti acquistati per mantenere o migliorare il livello di prestazioni nel tempo.

Creare ed aggiornare il database dei clienti conservando le informazioni rilevanti in maniera organizzata e con modalità che ne consentano una facile reperibilità.

Assicurare il tempestivo aggiornamento dell'applicazione alle mutate condizioni di mercato o a nuove esigenze espresse dalla clientela in forma esplicita o potenziale. Prevedere modalità di assistenza al cliente in grado di gestirne con efficienza e rapidità i reclami ed aumentarne il livello di soddisfazione complessivo.

Verificare il rispetto delle previsioni di legge in materia di garanzia e tutela dei consumatori, anche da parte dei produttori o fornitori dei prodotti venduti.

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

Conoscenze

Tecniche di analisi della soddisfazione del cliente per verificare, e se possibile aumentare, il livello di soddisfazione della clientela.

Normative in materia di garanzia del prodotto per assicurarne il rispetto da parte dell'azienda e delle terze parti coinvolte.

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

Tecniche di customer relationship management (CRM) per favorire una rapida, corretta ed efficiente relazione con la clientela ai fini di migliorarne il grado di soddisfazione.

Elementi di psicologia e sociologia dei consumi per favorire una corretta comprensione dei meccanismi alla base del comportamento della clientela.

4. Sviluppo dell'applicazione di e-business.

Competenze acquisite

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

Abilità

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

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

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

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

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

Conoscenze

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

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

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

Lingua inglese tecnica per comprendere la documentazione tecnica di supporto redatta in inglese.

Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali (D. Lgs 196/2003 e s.m.i.) per assicurare il costante rispetto delle disposizioni di legge.

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

5. Definizione del piano di marketing.

Competenze acquisite

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

Abilità

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

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

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

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

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

Conoscenze

Principi di marketing tradizionale per applicare le metodologie classiche adattandole al contesto competitivo del commercio elettronico su Internet. Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo, per una corretta definizione del piano di marketing. Strategie di marketing in rete per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al marketing dallo sviluppo di Internet.

Tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line per acquisire ulteriori informazioni sulla base delle quali elaborare il piano di marketing. Tecniche di Web marketing al fine di prevedere l'utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on line nella definizione del piano di marketing.

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

Ambito di Attività: commerciale, comunicazione e vendita

Il corso si sviluppa in **474 ore complessive, così strutturate:**

300 ore di aula suddivise in 5 Aree di Attività.

12 ore di competenze informatica.

12 ore di competenze lingua straniera.

150 ore di stage curricolare.

Contesto professionale

Lavora con un ampio margine di autonomia e responsabilità, relazionandosi direttamente con i responsabili aziendali delle aree marketing e commerciale e con tutte le funzioni interessate dai processi gestiti attraverso le applicazioni di e-business. Opera in un team di lavoro formato da specialisti informatici, come ad esempio il webmaster, il tecnico programmazione e sviluppo siti internet e pagine web, l'amministratore di rete e da esperti in altre materie, come ad esempio il grafico pubblicitario, il responsabile commerciale, il responsabile della logistica, etc. In caso di rapporto di lavoro dipendente, può trovare collocazione all'interno delle aree marketing, vendite o sistemi informativi di aziende pubbliche o private di dimensione medio-grande ma, anche, come dipendente, collaboratore o consulente, può rivestire un ruolo fondamentale per aziende di piccola dimensione a cui fornire assistenza e consulenza per lo sviluppo dell'e-commerce.

Descrizione

Il responsabile del marketing e delle strategie commerciali si occupa della definizione e dell'implementazione del piano marketing e delle strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi, compresa la valutazione dei relativi indicatori economici. In contesti meno strutturati i suoi compiti possono tuttavia spaziare dalla definizione del modello e-business alla redazione del business plan, alla progettazione e sviluppo, in collaborazione con altre figure come il webmaster e il tecnico di programmazione e sviluppo siti Internet e pagine Web, delle applicazioni per la gestione dei servizi di e-business.