

REPERTORIO DELLE QUALIFICAZIONI PROFESSIONALI DELLA REGIONE CAMPANIA

SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE¹	
<u>Servizi di distribuzione commerciale</u>	
Processo	Distribuzione e commercio all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari
Sequenza di processo	Gestione del punto vendita attraverso la grande distribuzione organizzata
Area di Attività	ADA 18.208.670: Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali
Qualificazione regionale	Esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale
Referenziazioni	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2006): 2.5.1.5.2 Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011): 2.5.1.5.2 Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)
	Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT): 47.11.10 Ipermercati 47.11.20 Supermercati 47.11.30 Discount e alimentari 47.11.40 Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari 47.19.10 Grandi magazzini 47.19.20 Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici 47.19.90 Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari
Livello EQF	5
Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività	L'esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale 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.

¹ Rif. Accordo Stato-Regioni del 27 luglio 2011

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 1 - Titolo Progettazione ed avviamento del centro commerciale	
Risultato atteso 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	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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



Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
<p>Progettazione ed avviamento del centro commerciale. 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.</p>	<p>Le operazioni di progettazione e avviamento del centro commerciale.</p>	<p>Corretto svolgimento delle attività di conservazione del centro commerciale; implementazione ottimale delle strategie operative volte a riconoscere nuovi peculiari settori merceologici per offrire alla clientela variegata opportunità d'acquisto; esatta individuazione dei potenziali esercenti a cui locare le aree espositive.</p>

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 2 - Titolo Gestione dell'immobile e della superficie di vendita	
Risultato atteso Gestire l'immobile e la superficie di vendita curandone la dimensione economica e le esigenze di manutenzione	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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



Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
<p>Gestione dell'immobile e della superficie di vendita. Gestire l'immobile e la superficie di vendita curandone la dimensione economica e le esigenze di manutenzione.</p>	<p>Le operazioni di gestione dell'immobile e della superficie di vendita.</p>	<p>Esatto svolgimento delle attività amministrative e della tenuta dei libri contabili secondo le specifiche disposizioni di legge; precisa gestione dei contratti di locazione e delle peculiari attività di manutenzione dell'immobile; determinazione ottimale delle spese di gestione sulla base di un'attenta analisi di canoni di locazione e dei costi di gestione; corretta esecuzione delle attività di monitoraggio degli indicatori di produttività e redditività per elaborare il trend completo delle attività.</p>

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 3 - Titolo Organizzazione complessiva del centro	
Risultato atteso	
Assicurare l'organizzazione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la soddisfazione dei clienti interni ed esterni e il rispetto degli obiettivi aziendali	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • assicurare i livelli di organico del personale del centro commerciale al fine di fornire il sostegno necessario all'attività di vendita degli esercenti • assicurare la protezione dell'immobile, degli spazi vendita, dei beni del centro commerciale secondo le disposizioni aziendali • assicurare l'igiene e la sicurezza nell'ambiente per favorire il comfort dei dipendenti e della clientela • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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



Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
<p>Organizzazione complessiva del centro. Assicurare l'organizzazione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la soddisfazione dei clienti interni ed esterni e il rispetto degli obiettivi aziendali.</p>	<p>Le operazioni di gestione complessiva del centro.</p>	<p>Completa fornitura del livello di personale utile a supportare le attività di vendita degli esercenti; preciso coordinamento delle attività volte a garantire la pulizia e la salubrità degli ambienti e degli spazi espositivi per i dipendenti e la clientela; corretta determinazione delle procedure di gestione aziendale quotidiane di programmazione dei servizi di supporto.</p>

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 4 - Titolo Promozione del centro commerciale	
Risultato atteso 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	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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



Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
<p>Promozione del centro commerciale. 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.</p>	<p>Le operazioni di promozione del centro commerciale.</p>	<p>Esatta programmazione delle iniziative idonee a pubblicizzare le attività svolte dal centro commerciale all'esterno nell'ottica di una costante verifica dei processi di fidelizzazione della clientela; precisa elaborazione di analisi di mercato volte a interpretare le potenziali attitudini di acquisto della clientela per garantire un continuo miglioramento dell'offerta dei servizi erogati; corretta esecuzione delle attività d'intrattenimento da svolgere all'interno del centro commerciale.</p>

STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

COMPETENZA N. 5 - Titolo Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda	
Risultato atteso Gestire le relazioni interne/esterne all'azienda in accordo con la policy aziendale e con le indicazioni della direzione aziendale	
Abilità	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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 benchmarking 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



Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
<p>Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda. Gestire le relazioni interne/esterne all'azienda in accordo con la policy aziendale e con le indicazioni della direzione aziendale.</p>	<p>Le operazioni di gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda.</p>	<p>Preciso individuazione delle strategie aziendali capaci di fronteggiare efficacemente la concorrenza esterna; corretta gestione dei potenziali contenziosi tra esercenti e proprietà dell'immobile e dei rapporti con il personale dipendente interno; svolgimento ottimale delle attività di rappresentanza dell'azienda presso l'ambiente esterno.</p>