

2.5.1.5.2 Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)

Le professioni comprese in questa unità si occupano dell'implementazione delle strategie di vendita, dell'efficienza della rete distributiva e commerciale, del monitoraggio delle vendite e del gradimento sul mercato dei beni o dei servizi prodotti, sia pubblici che d'impresa

Evoluzione del ruolo professionale nel settore chimico-farmaceutico

Le professioni classificate in questa Unità dovranno innanzitutto essere in grado di comprendere e utilizzare nuovi strumenti a supporto dei processi relativi alla commercializzazione di beni e servizi opportunamente connessi alla logistica e alla produzione

I cambiamenti attesi legati a fattori di concorrenza e di internazionalizzazione, ma anche a fattori tecnologici, spingeranno in direzione di un mutamento profondo d approcci commerciali tradizionali che dovranno muovere in direzione di una maggiore integrazione tra differenti modalità di offerta di servizi alla clientela. Tali servizi verranno via via profilati a partire dal rafforzamento di nuovi canali di natura tecnologica e relazionale che utilizzino efficacemente reti di distribuzione e di vendita sempre più aperte, efficienti e interconnesse. L'acquisizione progressiva di una specifica padronanza in relazione ad una approccio multiculturale ai problemi e alle relazioni, accompagnato da solide e crescenti basi di comunicazione in lingue straniere potranno avvalersi di comportamenti organizzativi sempre più orientati al miglioramento continuo. Non eludibile sarà la conoscenza di dettaglio di prodotti e processi anche in un'ottica di modularizzazione e di componentistica per favorire una loro collocazione di mercato e/o la loro vendita.

Compiti innovati

Operare più frequentemente e più consapevolmente (competenze interculturali e skills linguistiche) in contesti internazionali-

Compiti nuovi

Non emergono significativi compiti nuovi dallo scenario 2020 per le professioni comprese nell'UP.

A fronte delle innovazioni e dei cambiamenti attesi che si prevede modificheranno, più o meno profondamente, le modalità specifiche in relazione all'esercizio effettivo delle professioni nei settori chimico e farmaceutico, l'intero sistema delle competenze che caratterizzano ogni singola Unità Professionale sarà interessato da una sua propria evoluzione.

Le 12 competenze individuate come fondanti e, seppur in misura differenziata, caratterizzanti tutte le professioni dei due settori, assumono, pertanto, una loro configurazione tipica all'interno di ogni Unità Professionale considerata. Il loro peso contribuisce a dare ad ognuna di esse una sua profilatura basata sulla rilevanza (alta, media, bassa o nulla) assunta da ognuna delle competenze individuate.

La tabella che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 12 competenze selezionate osservate in relazione alla specifica Unità Professionale qui descritta.

2.5.1.5.2 Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)

COMPETENZE	1	Essere in grado di trasferire costantemente set di nuovi saperi all'interno dei processi produttivi, organizzativi e di ricerca	B	
	2	Essere in grado di interagire positivamente in contesti interculturali e multidisciplinari	B	
	3	Essere in grado di comprendere e di utilizzare in ambiti di coordinamento e gestione, i processi relativi all'approvvigionamento, alla vendita, alla logistica e alla produzione e le loro interconnessioni	B	
	4	Essere in grado di promuovere e gestire processi interni ed esterni all'azienda in direzione di una crescente capacità di internazionalizzazione	A	
	5	Essere in grado di realizzare soluzioni aziendali orientate al miglioramento della salute, sicurezza e sostenibilità ambientale	X	
	6	Essere in grado di interpretare e applicare normative generali e specifiche in relazione al sistema aziendale locale, nazionale e internazionale	B	
	7	Essere in grado di accompagnare i cambiamenti e valutare i risultati dei processi aziendali a partire da una matrice di obiettivi e di metodi	C	
	8	Essere in grado di sviluppare approcci orientati all'autodiagnosi e al miglioramento continuo	A	
	9	Essere in grado di prendere decisioni in relazione al proprio contesto di riferimento migliorando la capacità di acquisizione di set informativi pertinenti in tempi utili	B	
	10	Essere in grado di utilizzare i sistemi informativi nella gestione e sviluppo dei processi aziendali	A	
	11	Essere in grado di riconoscere, applicare, promuovere modelli e metodologie proprie del linguaggio tecnico-scientifico	B	A molto importante B mediamente importante
	12	Essere in grado di promuovere e sostenere processi produttivi, organizzativi e culturali fondati su una costante valorizzazione delle dinamiche relazionali <i>locali</i>	X	C scarsamente importante X non rilevante rispetto al ruolo

Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale¹

CONOSCENZE	IMPORTANZA		COMPLESSITÀ	
Servizi ai clienti e alle persone	81	↑	65	↑
Commercializzazione e vendita	77	→	73	↑
Impresa e gestione d'impresa	58	→	58	→
Lingua italiana	52	→	46	→
Lavoro d'ufficio	52	→	50	→
Gestione del personale e delle risorse umane	50	→	45	→
Lingua straniera	44	↑	40	→
Comunicazione e media	40	↑	46	→
Produzione e processo	38	→	38	→
Economia e contabilità	33	→	33	→
SKILL	IMPORTANZA		COMPLESSITÀ	
Parlare	84	→	73	→
Scrivere	77	→	69	→
Ascoltare attentamente	77	→	62	↑
Adattabilità	76	↑	69	↑
Negoziare	69	→	64	→
Comprendere gli altri	68	↑	61	→
Gestire il tempo	68	→	65	→
Gestire risorse finanziarie	68	→	72	→
Gestire risorse umane	68	→	67	→
Comprendere testi scritti	66	→	61	→
Valutare e prendere decisioni	66	↑	65	→

Indicazioni per il sistema dell'education

I cambiamenti previsti nel medio termine nell'ambito del comparto chimico e farmaceutico determineranno per le professioni che rientrano in questa Unità l'esigenza di gestire la commercializzazione dei servizi/prodotti all'interno di nuovi modelli di business, ri-organizzati per fronteggiare i fattori di concorrenza e internazionalizzazione avvalendosi delle opportunità collegate principalmente all'introduzione di nuove tecnologie. Esse pertanto dovranno acquisire conoscenze, capacità e competenze rispondenti all'esigenza di pianificare, gestire e monitorare le principali funzioni commerciali dell'azienda coordinando efficacemente l'utilizzo di risorse economico-finanziarie, umane e tecniche. Le conoscenze dei processi produttivi, dei prodotti e dei servizi realizzati a livello aziendale dovranno essere padroneggiate in funzione delle esigenze di presidio della strategia distributiva e dei canali di vendita. Risultano qualificanti conoscenze in materia di product & brand management, strategie e pianificazione della comunicazione; web marketing;

¹ Ci si riferisce agli esiti della seconda edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2013. I risultati sono disponibili sul sito <http://professionioccupazione.isfol.it/>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di istruzione/formazione. Nel quadro dell'indagine le conoscenze - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le skills - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite.

L'**importanza** - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La **complessità** - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere.

marketing per la vendita, organizzazione e pianificazione delle vendite, nuove funzioni commerciali quali la direzione commerciale, e la gestione di una rete di distribuzione di servizi, di consulenti e operatori a più diretto contatto con gli acquirenti finali. Determinante la conoscenza sempre più approfondita delle lingue straniere che faciliteranno il presidio dei crescenti processi di internazionalizzazione della produzione e della vendita e commercializzazione.