

Il profilo professionale specialisti in vendite

Gli specialisti in vendite lavorano in tutti i settori e per tutti i tipi di merci commercializzate e svolgono tutti i compiti nell'ambito delle vendite, dalla pianificazione alla realizzazione delle attività di vendita. Essi strutturano e realizzano la vendita personale sulla base di obiettivi predefiniti, sotto il profilo quantitativo e qualitativo, e si assumono la responsabilità del raggiungimento di questi obiettivi nella propria regione di vendita. Supportano la direzione vendite in tutte le mansioni amministrative e di coordinamento e curano nonché sviluppano autonomamente relazioni con i clienti. Il loro campo di attività si estende a tutti i processi di vendita, dal rilevamento e dall'analisi delle esigenze dei clienti alla realizzazione delle prestazioni di mercato e alla prospezione del mercato, fino alla conclusione della vendita e alle misure di cura e fidelizzazione dei clienti e di intensificazione dei rapporti con questi ultimi.

Le principali competenze operative professionali

Gli specialisti in vendite sono in grado di:

- allestire piani di vendita ricavandoli dalla strategia aziendale e di marketing;
- garantire i processi di vendita sul piano amministrativo con la cura e lo sfruttamento del customer relationship management (CRM) aziendale, svolgere controlli delle vendite così come redigere rapporti e offerte per i clienti;
- realizzare interazioni di vendita conducendo colloqui con i clienti e trattative di vendita, garantendo l'assistenza clienti, gestendo il servizio reclami e rappresentando l'azienda;
- creare basi per l'offerta orientate alle esigenze, elaborare una pianificazione operativa delle vendite, inclusi piani dei tragitti e le basi per la remunerazione, e implementare le attività di vendita;
- raccogliere e analizzare informazioni sulla situazione del mercato con i diversi operatori di mercato e trarre da esse le giuste conclusioni;
- realizzare le prestazioni di mercato, inclusa l'elaborazione dell'offerta e dei prezzi, assicurare costantemente la qualità e apportare modifiche laddove necessario;
- pianificare, interconnettere, utilizzare e controllare i singoli strumenti della comunicazione;
- strutturare la distribuzione strategica e operativa, stringere le opportune collaborazioni e ottimizzare costantemente i processi di distribuzione;
- raccogliere informazioni e conoscenze e strutturare il proprio lavoro in modo efficiente e mirato avvalendosi di tecniche di lavoro appropriate, competenze metodiche, know-how nel campo della gestione dei progetti e della rete di contatti sia interna che esterna all'azienda.