



COOPERATIVA PROFORMA

ANALISI QUALITATIVA ESPLORATIVA

SUL BISOGNO FORMATIVO

NEL SETTORE COMMERCIALE

FOCUS SUI SERVIZI DI VENDITA

LUGLIO 2010

Contesto e obiettivi dell'indagine

L'idea di questa indagine esplorativa è quella di analizzare le caratteristiche e le esigenze formative dei servizi di vendita della media e grande distribuzione.

In particolare ci si è concentrati sulla figura professionale di **Operatore ai servizi di vendita**.

L'obiettivo era quello di mettere a confronto le abilità minime e le conoscenze essenziali definite dal Reportorio delle Figure Professionali della Regione Toscana con l'idea e l'esperienza diretta che ne ha chi lavora sul campo. Si è analizzato il ruolo dell'operatore addetto ai servizi di vendita e soprattutto le competenze che sono ritenute necessarie per esercitare al meglio questa professione.

Questo confronto si è realizzato attraverso un'intervista non strutturata a tre referenti di tre aziende commerciali della media e grande distribuzione.

Attraverso l'intervista si è cercato di individuare anche i contenuti e le metodologie utili a formare in modo completo questa figura professionale.

Campo d'indagine, metodologie ed equipe di ricerca

Campo di indagine: 3 aziende (2 punti vendita della grande distribuzione - uno dei due è il Barberino Designer Outlet - e 1 punto vendita della media distribuzione)

Equipe di ricerca: De Conciliis Lucia (sociologa) e Rossella Mori (esperto nel settore)

Tecnica di indagine: **intervista non standardizzata** (allegato 1). L'intervistatore si è limitato a seguire una scaletta scritta adattando la formulazione delle domande ai contesti in cui si è realizzato il colloquio.

Variabili indagate: attività e struttura dell'organizzazione, la figura dell'operatore ai servizi di vendita rispetto alle competenze, formazione, contesto lavorativo, disponibilità delle aziende nel coinvolgimento formativo attraverso risorse umane e logistiche.

Le interviste si sono svolte nel mese di giugno e luglio 2010

Qui di seguito riportiamo la definizione data della figura in oggetto tratta dal Repertorio delle figure professionali della Regione Toscana, la composizione e le caratteristiche del campo di indagine e i dati e le informazioni rilevate.

LA FIGURA PROFESSIONALE

Tratto dal Repertorio delle Figure Professionali della Regione Toscana

<http://www.rete.toscana.it/sett/orient/fp/bancadatifigprof.htm>

L' **Operatore ai servizi di vendita** interviene, a livello esecutivo, nel processo della distribuzione commerciale con autonomia e responsabilità limitate a ciò che prevedono le procedure e le metodiche della sua operatività.

La qualificazione nell'applicazione ed utilizzo di metodologie di base, di strumenti e di informazioni gli consentono di svolgere attività relative
all'organizzazione del punto vendita,
alla cura del servizio di vendita e post vendita,
con competenze nella realizzazione degli adempimenti amministrativi basilari,
nell'organizzazione di ambienti e degli spazi espositivi nella predisposizione di iniziative promozionali.



COOPERATIVA PROFORMA

LA FIGURA PROFESSIONALE

Tratto dal Repertorio delle Figure Professionali della Regione Toscana

Competenze tecnico-professionali in esito al percorso

- Definire e pianificare la successione delle operazioni da compiere sulla base delle istruzioni ricevute e del sistema di relazioni e/o della documentazione di appoggio
- Approntare strumenti e attrezzature necessari alle diverse fasi di attività sulla base della tipologia delle indicazioni e procedure previste e del risultato atteso
- Monitorare il funzionamento di strumenti e attrezzature, curando le attività di manutenzione ordinaria
- Predisporre e curare gli spazi di lavoro al fine di assicurare il rispetto delle norme igieniche e di contrastare affaticamento e malattie professionali
- Curare il servizio vendita sulla base delle specifiche assegnate, attuando la promozione, il riordino e l'esposizione
- Supportare le diverse fasi dell'acquisto, offrendo un prodotto/servizio rispondente alle esigenze del cliente
- Fornire assistenza al cliente, collaborando all'evasione dei reclami
- Effettuare semplici adempimenti amministrativi, fiscali e contabili, applicando la normativa di riferimento



Campo di indagine composizione

Il punto vendita della grande distribuzione ha 8 comparti e 41 addetti così suddivisi

Panetteria 3

Latticini 1

Ortofrutta 3

Gastronomia 4

Pescheria 3

Macelleria 3

Generi vari e casse 27

Gli operatori ai servizi di vendita presenti sono 6

Il punto vendita della media distribuzione ha 2 comparti e 3 addetti così suddivisi

Gastronomia 1

Generi vari e casse 2

Gli operatori ai servizi di vendita presenti sono 2

Il Barberino Designer Outlet con:

100 punti vendita di grandi firme di abbigliamento, calzature, sport e accessori

Numero addetti 700 (tra addetti alle vendite e ai servizi)

Nota : L'Osservatorio nazionale del commercio inserisce nella media e Grande Distribuzione Organizzata (GDO), le superfici dai 200 mq in su, quindi anche il Minimercato i cui 200 mq rappresentano l'ampiezza minima. Sotto questa soglia dunque, gli esercizi della vendita al dettaglio, rientrano nella media, piccola e piccolissima distribuzione.

I RISULTATI

I due referenti della grande distribuzione sono stati concordi nell'affermare che rispetto alla definizione data dal repertorio delle figure professionali della Regione Toscana gli/le addetti/e alla vendita che operano presso le loro aziende non hanno funzioni relative all'organizzazione del punto vendita ma hanno solo funzioni operative. Il ruolo organizzativo è affidato al capo reparto o al capo negozio.

Nella piccola e media distribuzione, invece, all'operatore ai servizi di vendita è oggi richiesta una articolata professionalità. La sua attività non si limita alla vendita diretta, si estende anche all'organizzazione del punto commerciale.

Sicuramente la grandezza del punto vendita e il tipo di organizzazione (più o meno gerarchica) incide in modo notevole sulle competenze messe in campo dagli operatori. In strutture più grandi e con una organizzazione a piramide agli addetti alle vendite non sono richieste capacità organizzative che vengono affidate ai diretti superiori (capo reparto o negozio). Nelle realtà più piccole, invece, dove con meno assunti è necessaria anche una organizzazione più flessibile e meno gerarchica, gli addetti alle vendite devono esercitare anche funzioni organizzative.



I RISULTATI

La loro **formazione** è affidata a:

- corsi interni al momento dell'assunzione o di aggiornamento gestiti direttamente dall'azienda.
- formazione sul campo attraverso un rapporto diretto tra il capo/reparto o capo/negozio e l'operatore addetto alla vendita
- nel caso del Barberino Designer Outlet i corsi vengono organizzati sia dalla McArthurGlen, azienda che gestisce l'Outlet, sia direttamente dai marchi di appartenenza.

Le conoscenze attinenti a discipline e le conoscenze operative e procedurali necessarie alla loro formazione sono risultate le seguenti:

- Formazione precisa e puntuale sul prodotto (storia – realizzazione -uso – consumo – conservazione – deperibilità -servizi, persone e luoghi associati al prodotto)
- Caratteristiche e peculiarità del reparto in cui si opera (p.es. nei reparti freschi tempi, scadenze e gestione prodotti)
- Servizio al cliente: comprendere ed interpretare le esigenze del cliente, selezionare le informazioni appropriate a rispondere in maniera mirata all'esigenza espressa dal cliente ed orientarne l'acquisto, adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate nella relazione con il cliente
- Visual merchandising

I RISULTATI

Come **metodologia didattica** interessante ed efficace viene segnalata, da uno degli intervistati, l'idea di svolgere alcune lezioni direttamente nel punto vendita.

La lezione frontale e le simulazioni si spostano dall'aula al punto vendita.

Qui i corsisti possono avere la possibilità di sperimentare sul campo le informazioni e gli insegnamenti trasmessi dal docente.

Esperienza interessante che ha dato i suoi buoni frutti come momento intermedio tra l'aula e lo stage vero e proprio aiutando i corsisti ad entrare più facilmente in una metodologia formativa di alternanza scuola-lavoro.

Rispetto, invece, alla necessità di attivare, per chi già lavora in questo settore, specifici corsi di aggiornamento, tutte e tre gli intervistati sono concordi nel sostenere che, nel tempo, sono le diverse strategie di vendita adottate dal punto vendita a richiedere, in alcuni casi, corsi ad hoc.

In allegato la traccia di intervista che abbiamo seguito per raccogliere le informazioni qui raccolte.



TRACCIA INTERVISTA PER LA RILEVAZIONE FABBISOGNI

Operatore ai servizi di vendita

Nome azienda Numero comparti Numero addetti complessivi Tipologia comparti Numero addetti per comparto

Intervistato (ruolo all'interno del p.v.) _____

Data intervista _____

Firma intervistatore _____

Descrizione figura

1. *L' Operatore ai servizi di vendita svolge attività relative all'organizzazione del punto vendita, alla cura del servizio di vendita e post vendita, con competenze nella realizzazione degli adempimenti amministrativi basilari, nell'organizzazione di ambienti e degli spazi espositivi nella predisposizione di iniziative promozionali.*
2. *Nel vostro punto vendita esiste una figura che corrisponde a questa descrizione?*
3. *Quante sono le persone che corrispondono a questa figura professionale?*
4. *Di quali e quanti reparti si occupa/ occupano?*
5. *In cosa consiste il loro lavoro? (breve descrizione di una giornata tipo)*
6. *Come si è realizzata la loro formazione? (p.es attraverso corsi, attraverso esperienza sul campo, affiancamento, ecc.)*
7. *Quali sono le principali problematiche che deve affrontare?*
8. *Secondo lei quali cosa deve sapere (conoscenze codificate, attinenti a discipline) e saper fare (conoscenza operativa e procedurale, abilità pratiche, esperienza professionale specifica) l'operatore ai servizi di vendita?*
9. *Ci sono particolari atteggiamenti e comportamenti che deve essere in grado di attivare (p.es. capacità di comprendere il contesto in cui si opera, di gestire le interazioni con gli altri attori sociali presenti nel contesto, di adottare i comportamenti appropriati)?*
10. *All'interno del suo punto vendita crede sia utile o necessario realizzare dei corsi di aggiornamento su questa figura? In quali campi?*
11. *All'interno del suo p.v. ci sono comparti che hanno bisogno di una formazione specializzata? Di che tipo?*
12. *Se si dovesse realizzare un corso nel Mugello per **Operatore ai servizi di vendita**, ci sarebbero, all'interno del suo punto vendita, persone con competenze appropriate dal punto di vista didattico e professionale e interessate a svolgere attività di docenza? In quali materie?*
13. *Se si dovesse realizzare un corso nel Mugello per **Operatore ai servizi di vendita**, crede che il suo punto vendita sia disponibile ad ospitare dei tirocini?*
14. *Eventuali osservazioni e suggerimenti*

