



*Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale*

Allegato 1

Settore Economico Professionale

AREA COMUNE

Riepilogo Qualificazioni Professionali Repertorio

- 1. Esperto in Customer Relationship Management*
- 2. Tecnico del Customer Relationship Management*
- 3. Tecnico Superiore del Customer Relationship Management*



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE	
Area comune: Servizi alle imprese	
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Marketing strategico e operativo
Area di attività	ADA 25.223.719 Sviluppo del piano strategico di marketing
Qualificazione regionale	Esperto in Customer Relationship Management
Referenziazioni	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011) 2.5.1.5.4 Analisti di mercato 2.2.1.7.0 Ingegneri industriali e gestionali 3.3.1.5.0 Tecnici dell'organizzazione e della gestione dei fattori produttivi 3.3.3.5.0 Tecnici del marketing
	Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT) 70.2 ATTIVITÀ DI CONSULENZA GESTIONALE
Livello EQF	7
Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività	L'Esperto in Customer Relationship Management possiede competenze manageriali volte a configurare l'offerta complessiva dei servizi e ad organizzarne il processo di erogazione in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate, in una costanza di rapporto con il cliente/utente. Il suo ruolo indirizza la visione dell'azienda in merito alla strategia, alla comunicazione, all'integrazione tra i processi, alle risorse ed alla cultura che pone il cliente al centro dell'attenzione nelle situazioni business-to-business, business-to-consumer e government to citizen. Inoltre, è finalizzato all'individuazione e gestione dei profili di clienti acquisiti e potenziali, così da mettere a punto attività e strategie che da un lato aiutino a catturare nuovi clienti e dall'altro a massimizzare i profitti sui clienti fedeli, cercando di comprenderne esigenze e aspettative. Attraverso il supporto delle risorse tecnologiche, sovrintende alla fasi di raccolta e di analisi dei dati, che permettono di organizzare la conoscenza a supporto delle decisioni del management.



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 1	
SUPPORTO AI PROCESSI DI INNOVAZIONE	
RISULTATO ATTESO	
Analizzare le possibili alternative organizzative e tecnologiche alla luce del posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica, per definire caratteristiche, obiettivi e risultati attesi della soluzione di business da sviluppare	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Analizzare con i responsabili aziendali la realtà ed il contesto competitivo in cui si posizionerà il progetto di business • Definire con i responsabili aziendali caratteristiche ed obiettivi del business da realizzare • Implementare e guidare l'evoluzione di una soluzione ICT • Fornire supporto al Customer Journey: guida al Digital CRM per l'adozione di tecnologie digitali funzionali rivolte al Cliente, con una maggiore integrazione delle funzioni di Marketing, Vendite e Customer Service e personalizzazione dell'offerta • Supportare il cambiamento e il miglioramento dei processi di innovazione e l'introduzione di nuovi modelli di business • Minimizzare le interruzioni del servizio conseguenti ai cambiamenti aderendo ai service level agreement (SLA) definiti	• 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 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 • 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 • Dinamiche dei mercati di riferimento per operare previsioni su cui basare le analisi del contesto competitivo

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Analisi delle alternative organizzative e tecnologiche Posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica Definizione di caratteristiche, obiettivi e risultati attesi della soluzione di business sviluppata	Posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo	Business plan redatto Caratteristiche, obiettivi e risultati attesi del business sviluppati



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 2	
CONFIGURAZIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI Customer/USER Oriented	
RISULTATO ATTESO	
Offerta definita e strutturata in coerenza con gli standard di qualità stabiliti	
ABILITÀ	CONOSCENZE
- Definire le caratteristiche e i benefici distintivi dell'offerta, stabilendone le peculiarità, il livello di qualità erogata e il target del cliente/utente - Selezionare i segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta - Identificare le modalità e le azioni necessarie a differenziare e caratterizzare la gamma dei prodotti/servizi, la varietà delle prestazioni, la diversificazione geografica e per target - Determinare gli strumenti di pianificazione, riprogrammazione e controllo dei servizi erogati, i parametri di prestazione previsti e i risultati attesi - Prefigurare le attività complementari e di supporto ai servizi core funzionali al funzionamento delle attività principali e al soddisfacimento della domanda - Valutazione della capacità di differenziazione dell'offerta di prodotti/servizi	- Elementi di organizzazione aziendale - caratteristiche del servizio offerto - Elementi di marketing - Tecniche di targeting - Strategie e tecniche di posizionamento - Principali tecniche e strumenti di pianificazione e controllo delle attività - Principi di project management - Principali sistemi operativi ed applicazioni software per la gestione ed elaborazione dati - Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza - Sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche)

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Configurazione dell'offerta Offerta definita e strutturata in coerenza con gli standard di qualità stabiliti	Offerta configurata	Ricognizione e analisi delle caratteristiche dell'offerta Elaborazione delle componenti costitutive dell'offerta complessiva Formulazione dell'offerta: tipologia, caratteristiche e qualità



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 3	
ORGANIZZAZIONE DEI SERVIZI Customer/USER Oriented	
RISULTATO ATTESO	
Sistema di offerta predisposto e attivato in tutte le sue componenti essenziali	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Prefigurare le risorse strutturali, professionali ed economiche necessarie all'erogazione del servizio e funzionali al raggiungimento degli obiettivi strategici definiti • Determinare le caratteristiche tecniche principali e le prestazioni interne che si intendono fornire (technical core e back office) in coerenza con gli standard di qualità previsti • Prevedere modalità e procedure per la gestione dei disservizi e dei reclami in una logica di risoluzione dei problemi segnalati dal cliente	• Principi di amministrazione, gestione e organizzazione d'impresa: processi, ruoli e funzioni • Principali tecniche e strumenti di pianificazione e controllo delle attività • Pianificazione del processo di erogazione/produzione • Pianificazione dei fabbisogni materiali • Pianificazione delle risorse di produzione (umane, tecniche, finanziarie) • Principali tecniche di gestione delle risorse umane • Tecniche di coordinamento e organizzazione del lavoro • Controllo qualità e riprogrammazione del ciclo produttivo • Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza • Sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche)

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Organizzazione dei servizi Sistema di offerta predisposto e attivato in tutte le sue componenti essenziali	Offerta di servizi organizzati e posizionabili sul mercato	Rilevazione delle risorse strutturali, professionali ed economiche necessarie Attivazione di sistemi di front e back office Monitoraggio e controllo del processo di erogazione del servizio Elaborazione procedure di gestione dei disservizi e dei reclami



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 4	
ASSISTENZA E CUSTOMER MANAGEMENT	
RISULTATO ATTESO	
Servizio reso accessibile e fruibile in vista della massima soddisfazione del cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Assistere il cliente nella fruizione del servizio reso • Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente • Cogliere le aspettative e il grado di soddisfazione del cliente • Definire e adottare modalità di acquisizione e registrazione delle richieste, accogliendo le priorità espresse dal cliente • Impiegare uno stile comunicativo appropriato alla relazione con il cliente • Rilevare il grado di soddisfazione del cliente utilizzando appositi strumenti e traducendo i feedback ottenuti in elementi di maggiore accessibilità e fruibilità del servizio reso • Fornire informazioni rispondenti alle richieste del cliente	• Elementi di marketing • Modello organizzativo della struttura presso la quale si opera e caratteristiche del servizio offerto • Principali sistemi operativi ed applicazioni software per la gestione ed elaborazione dati • Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza • Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale • Tecniche di soddisfazione e fidelizzazione del cliente • Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento • Tecniche di Customer care • Metodologie e tecniche di ascolto • Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Accoglienza e assistenza al cliente Servizio reso accessibile e fruibile in vista della massima soddisfazione del cliente	Le operazioni di accoglienza e assistenza al cliente	Modalità adeguate di accoglienza e assistenza dei clienti. Grado di fruibilità dei servizi



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 5	
DEFINIZIONE DI OFFERTE RISPONDENTI ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI	
RISULTATO ATTESO	
Offerte di servizi rispondenti alle esigenze del target dei clienti	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Effettuare un'autoanalisi dei punti di forza e di debolezza dei prodotti/servizi dal punto di vista della loro rispondenza alle esigenze della clientela • Acquisire informazioni circa i fabbisogni dei clienti • Identificare l'area strategica di affari in cui operare • Identificare e definire gruppi distinti di consumatori, prevedendo la possibilità di sviluppare marketing mix differenziati • Effettuare la segmentazione dei clienti aziendali (profiling) • Definire lo stile e lo standard di offerte da proporre • Definire la metodologia per la misurazione della soddisfazione del cliente • Gestione dei Processi (area marketing, vendite e post vendita); Automazione dei processi; Gestione delle comunicazioni • Definire strategie di marketing per il cliente • Creazione e Gestione di una Campagna di marketing	• Tecniche di rilevazione di evoluzione delle opportunità del mercato • Strategie e tecniche di segmentazione • Tecniche di Customer marketing • Customer Relationship Management • CRM Cognitivo, Operativo e Analitico • Tecniche di Customer Satisfaction • Elementi di micromarketing • Strumenti di orientamento commerciale

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Definizione di offerte rispondenti alle esigenze dei clienti Offerte di servizi rispondenti alle esigenze del target dei clienti	Le caratteristiche dei servizi offerti	L'esame di caratteristiche, bisogni e aspettative del cliente e le operazioni di codifica dei desideri e delle attese



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 6	
GESTIONE DELLE RELAZIONI (Relationship MANAGEMENT)	
RISULTATO ATTESO	
Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Stabilire e mantenere relazioni di business positive con clienti e fornitori (interni o esterni) conformi ai processi organizzativi • Analizzare le informazioni per mettere tutti gli utenti aziendali in condizione di prendere decisioni più veloci e consapevoli mediante funzionalità di interrogazione intelligente dei dati (analytics) per la gestione della clientela • Mantenere regolari comunicazioni con clienti/partner/fornitori, e soddisfare le esigenze in relazione al loro contesto e gestendo le comunicazioni della filiera della fornitura • Assicurare che le esigenze del cliente /partner/fornitore siano comprese e soddisfatte in accordo con la politica dell'organizzazione • Identificare i canali comunicativi più efficaci • Proporre servizi e prodotti realmente rispondenti alle richieste raccolte • Fornire informazioni relative i propri servizi • Adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate al target per l'erogazione di informazioni • Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente • Prevedere modalità e procedure per la gestione dei reclami	• Tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali • Tecniche di accoglienza del cliente • Tecniche di archiviazione e classificazione delle informazioni relative ai clienti • Tecniche di marketing operativo • Elementi di un sistema CRM analitico; Ricerche avanzate ed esportazioni; Utilizzo e consultazione dei Report; Creazione di Report ad hoc (CRM Customization) • Elementi di communication plan • Sistemi di mappatura e monitoraggio dei punti di contatto con il cliente • Principi di gestione dei dati nel rispetto della normativa sulla privacy • Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione della comunicazione e delle relazioni informative con i clienti. Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente.	Le operazioni di comunicazione, informazione e promozione dei servizi offerti ai clienti.	L'utenza raggiunta e il numero di risposte positive sulla comunicazione



*Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale*



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 7	
GESTIONE DELLA CUSTOMER ED USER EXPERIENCE	
RISULTATO ATTESO	
Dati di gradimento correttamente raccolti ed elaborati al fine di individuare azioni di miglioramento e fidelizzazione	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Rispondere alle richieste e ai problemi dell'utente • Registrare le informazioni rilevanti • Effettuare il monitoraggio sugli esiti della soluzione e la risultante Customer Satisfaction • Tradurre dati/informazioni di Customer Satisfaction in azioni di miglioramento del servizio erogato • Migliorare la Customer Experience per l'integrazione tra mondo fisico e virtuale attraverso servizi omni e multicanale • Risolve o scala gli incidenti e ottimizza le performance del sistema rispettando i livelli di servizio predefiniti (SLA) • Identificare standard di qualità e soddisfazione dei clienti • Individuare azioni di fidelizzazione della clientela • Predisporre ed utilizzare strumenti di rilevazione del grado di soddisfazione dei clienti, tenendo conto di tutte le variabili del servizio • Effettuare la valutazione tecnica e la gestione dei reclami	• Tecniche di fidelizzazione della clientela • Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita • Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale • Principi, tecniche e strumenti di Customer Satisfaction - Customer Satisfaction Management - Customer Retention Rate • Modello organizzativo della struttura presso il quale si opera e caratteristiche del servizio offerto • Tecniche e strumenti di monitoraggio delle attese e delle percezioni • Il Customer Service con il CRM • La raccolta informazioni e gli obiettivi di Customer marketing

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione della Customer Satisfaction. Dati di gradimento correttamente raccolti ed elaborati al fine di individuare azioni di miglioramento e fidelizzazione	La soddisfazione dei clienti Il grado di fidelizzazione	I processi di acquisizione delle informazioni sulla valutazione del servizio da parte del cliente e di elaborazione di proposte e azioni di miglioramento.



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 8	
INTEGRAZIONE TRA IMPRESA E CLIENTI	
RISULTATO ATTESO	
Raccordo assicurato tra il sistema esterno e la struttura interna aziendale, mediante la trasmissione e la fornitura di indicazioni raccolte durante lo svolgimento della propria attività	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Valutare l'importanza economica del cliente • Ottimizzare la Supply Chain • Definire le peculiarità e il livello di qualità erogata • Differenziare e caratterizzare i servizi e le prestazioni per target • Individuare le priorità in relazione alle richieste della clientela	• Elementi di marketing Customer Oriented • Modello organizzativo della struttura presso la quale si opera • Tecniche di elaborazione dati • Elementi di pianificazione strategica e operativa • Concetti di coordinamento e controllo • Processi di erogazione del servizio: fasi e ruoli • Strategie e tecniche gestionali del processo continuo di mantenimento e sviluppo della relazione con il cliente • Nozioni sulle entità del ciclo di vendita: business unit, modelli, tecniche, ruoli di relazione, impostazioni organizzative, aree di vendita e scenari di mercato, catalogo prodotti, unità di vendita, sconti, listini, provvigioni, lead, opportunità, offerte, ordini, fatture

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Integrazione tra impresa e clienti. Raccordo tra il sistema esterno e la struttura interna aziendale assicurato, mediante la trasmissione e la fornitura di indicazioni raccolte durante lo svolgimento della propria attività.	Il grado di coerenza e di raccordo tra l'impresa e clienti	Adeguamenti nelle procedure di produzione ed erogazione delle attività e dei servizi



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 9 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI ATTRAVERSO IL SUPPORTO DELLE TECNOLOGIE INFORMATICHE	
RISULTATO ATTESO Utilizzare i supporti informatici e gli strumenti tecnologici adeguati a fornire le informazioni, riducendo al minimo i tempi di attesa	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Modellare i requisiti delle applicazioni informatiche • Trasformare i requisiti in specifiche funzionali del sistema • Configurare un sistema CRM; Pianificare la personalizzazione; Personalizzare le entità e i campi; Personalizzare grafici e dashboard; Configurare i flussi dei processi aziendali e le regole di business • Amministrare un sistema CRM On Line • Aggiornare e ridistribuire; Configurare e gestire la posta elettronica; Installare e distribuire altri strumenti client; Gestire e risolvere i problemi relativi a una distribuzione • Valutare i ritorni economici di un sistema CRM • Combinare l'utilizzo di più strumenti operativi per garantire la tempestività delle informazioni e la qualità del servizio • Configurare procedure di comunicazione (email) e integrazione • Gestire acquisizione/migrazione di dati • Gestire operativamente le banche dati informative funzionali all'erogazione dei servizi e delle prestazioni • Istruire ed informare l'utenza sulle modalità operative degli strumenti utilizzati • Redigere il Manuale Tecnico Operativo delle tecnologie implementate • Erogare formazione operativa di base (how to use) • Utilizzare le funzionalità del sistema informativo per la diffusione e la trasmissione delle informazioni in formato accessibile a tutte le utenze	• Elementi di logica di programmazione: struttura del programma, dati, strutture di controllo • Architettura delle applicazioni informatiche: componenti, relazioni, collegamenti • Tecniche di sviluppo CRM: Migliorare la reattività e le prestazioni dell'applicazione -Integrazione con codice non gestito - Creazione di tipi riutilizzabili e assemblee - Crittografia e decrittografia di dati • Metodi funzionali su CRM (Customer Relationship Management) • Legislazione in materia di informazione, comunicazione, accessibilità e sistemi informativi per la corretta gestione dell'informazione in via telematica • Lingua straniera - inglese tecnico di settore • Terminologia dei sistemi informatici e multimediali per gestire efficacemente il loro utilizzo • Metodiche statistiche per l'analisi dei dati secondo logiche esplorative, di analisi variata e data mining • Elementi di I/O Management e Reporting operativo

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione delle informazioni attraverso	I processi di gestione delle	La qualità delle informazioni e



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

il supporto delle tecnologie informatiche. Utilizzare i supporti informatici e gli strumenti tecnologici adeguati a fornire le informazioni, riducendo al minimo i tempi di attesa	informazioni tramite supporti informatici	il grado di fruibilità da parte dell'utenza. La riduzione dei tempi di attesa
---	---	--



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE	
Area comune: Servizi alle imprese	
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Marketing strategico ed operativo Pianificazione e gestione commerciale
Area di attività	ADA 25.223.722 - Gestione delle attività di rilevazione ed elaborazione statistica dei dati ADA 25.224.727 - Sviluppo e monitoraggio del servizio di Customer care
Qualificazione regionale	Tecnico del Customer Relationship Management
Referenziazioni	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011) 3.3.3.5.0 Tecnici del marketing; 4.2.2.1 Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici; 4.2.2.2 Addetti all'accoglienza nei servizi di alloggio e ristorazione; 5.1.3.4 Addetti all'informazione e all'assistenza dei clienti
	Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT) 70.2 ATTIVITÀ DI CONSULENZA GESTIONALE
Livello EQF	4
Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività	Il Tecnico del Customer Relationship Management interviene, a livello esecutivo, nel processo di configurazione dell'offerta complessiva dei servizi aziendali; è, altresì, in grado di effettuare l'applicazione/utilizzo di metodologie di base, di strumenti e di informazioni nell'ambito del processo di erogazione del servizio, in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate, e in una costanza di rapporto con il cliente/utente. Il suo ruolo è finalizzato alla facilitazione dell'accesso alla corretta fruizione dei servizi, attraverso la fornitura all'utenza di strumenti e indicazioni indispensabili. Gestisce il front e/o il back office nelle strutture pubbliche di comunicazione o all'interno di aziende private nelle quali sia prevista un'attività di comunicazione o contatto diretto con l'utenza. Svolge un'attività di gestione delle attività di rilevazione ed elaborazione statistica dei dati, e di supporto nell'utilizzo delle risorse tecnologiche per la fruizione dei servizi in un'ottica di marketing sociale, culturale e territoriale.

Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 1	
ASSISTENZA E Customer MANAGEMENT	
RISULTATO ATTESO	
Servizio reso accessibile e fruibile in vista della massima soddisfazione del cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
- Assistere il cliente nella fruizione del servizio reso - Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente - Cogliere le aspettative e il grado di soddisfazione del cliente - Definire e adottare modalità di acquisizione e registrazione delle richieste, accogliendo le priorità espresse dal cliente - Impiegare uno stile comunicativo appropriato alla relazione con il cliente - Reclutare, formare e coordinare la rete di rilevazione - Predisporre e distribuire gli strumenti per la rilevazione dei dati - Rilevare il grado di soddisfazione del cliente utilizzando appositi strumenti e traducendo i feedback ottenuti in elementi di maggiore accessibilità e fruibilità del servizio reso - Elaborare un sistema di indicatori per la valutazione delle performance del processo di assistenza e per formulare ipotesi di miglioramento - Fornire informazioni rispondenti alle richieste del cliente	- Elementi di marketing - Modello organizzativo della struttura presso la quale si opera e caratteristiche del servizio offerto - Principali sistemi operativi ed applicazioni software per la gestione ed elaborazione dati - Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza - Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale - Tecniche di soddisfazione e fidelizzazione del cliente - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento - Tecniche di Customer care - Metodologie e tecniche di ascolto - Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Accoglienza e assistenza al cliente Servizio reso accessibile e fruibile in vista della massima soddisfazione del cliente	Le operazioni di accoglienza e assistenza al cliente	Modalità adeguate di accoglienza e assistenza dei clienti. Grado di fruibilità dei servizi



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 2 DEFINIZIONE DI OFFERTE RISPONDENTI ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI	
RISULTATO ATTESO Offerte di servizi rispondenti alle esigenze del target dei clienti	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Effettuare un'autoanalisi dei punti di forza e di debolezza dei prodotti/servizi dal punto di vista della loro rispondenza alle esigenze della clientela • Acquisire informazioni circa i fabbisogni dei clienti • Riconoscere le caratteristiche del cliente, Interpretare bisogni e aspettative della clientela • Effettuare la segmentazione dei clienti aziendali (profiling) • Definire lo stile e lo standard di offerte da proporre • Definire la metodologia per la misurazione della soddisfazione del cliente • Gestione dei Processi (area marketing, vendite e post vendita); Automazione dei processi; Gestione delle comunicazioni • Definire strategie di marketing per il cliente • Creazione e Gestione di una Campagna di marketing	• Tecniche di rilevazione di evoluzione delle opportunità del mercato • Tecniche di Customer Marketing • Customer Relationship Management • CRM Cognitivo, Operativo e Analitico • Tecniche di Customer Satisfaction • Elementi di Micromarketing • Strumenti di orientamento commerciale

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Definizione di offerte rispondenti alle esigenze dei clienti Offerte di servizi rispondenti alle esigenze del target dei clienti	Le caratteristiche dei servizi offerti	L'esame di caratteristiche, bisogni e aspettative del cliente e le operazioni di codifica dei desideri e delle attese



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 3	
GESTIONE DELLE RELAZIONI (Relationship MANAGEMENT)	
RISULTATO ATTESO	
Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Stabilire e mantenere relazioni di business positive con clienti e fornitori (interni o esterni) conformi ai processi organizzativi • Mantere regolari comunicazioni con clienti/partner/fornitori, e soddisfare le esigenze in relazione al loro contesto e gestendo le comunicazioni della filiera della fornitura • Assicurare che le esigenze del cliente /partner/fornitore siano comprese e soddisfatte in accordo con la politica dell'organizzazione • Identificare i canali comunicativi più efficaci • Proporre servizi e prodotti realmente rispondenti alle richieste raccolte • Fornire informazioni relative i propri servizi • Adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate al target per l'erogazione di informazioni • Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente • Prevedere modalità e procedure per la gestione dei reclami	• Tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali • Tecniche di accoglienza del cliente • Tecniche di archiviazione e classificazione delle informazioni relative ai clienti • Tecniche di marketing operativo • Elementi di un sistema CRM analitico; Ricerche avanzate ed esportazioni; Utilizzo e consultazione dei Report; Creazione di Report ad hoc (CRM Customization) • Elementi di communication plan • Sistemi di mappatura e monitoraggio dei punti di contatto con il cliente • Principi di gestione dei dati nel rispetto della normativa sulla privacy • Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione della comunicazione e delle relazioni informative con i clienti. Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente.	Le operazioni di comunicazione, informazione e promozione dei servizi offerti ai clienti.	L'utenza raggiunta e il numero di risposte positive sulla comunicazione



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 4	
GESTIONE DELLA Customer ED USER EXPERIENCE	
RISULTATO ATTESO	
Dati di gradimento correttamente raccolti ed elaborati al fine di individuare azioni di miglioramento e fidelizzazione	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Rispondere alle richieste e ai problemi dell'utente • Registrare le informazioni rilevanti • Effettuare il monitoraggio sugli esiti dell'attività di raccolta dati e la risultante Customer Satisfaction • Tradurre dati/informazioni di Customer Satisfaction in azioni di miglioramento del servizio erogato • Identificare standard di qualità e soddisfazione dei clienti • Individuare azioni di fidelizzazione della clientela • Predisporre ed utilizzare strumenti di rilevazione del grado di soddisfazione dei clienti, tenendo conto di tutte le variabili del servizio • Effettuare la valutazione tecnica e la gestione dei reclami	• Tecniche di fidelizzazione della clientela • Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita • Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale • Principi, tecniche e strumenti di Customer Satisfaction - Customer Satisfaction Management - Customer Retention Rate • Modello organizzativo della struttura presso il quale si opera e caratteristiche del servizio offerto • Tecniche e strumenti di monitoraggio delle attese e delle percezioni • Il Customer Service con il CRM • La raccolta informazioni e gli obiettivi di Customer Marketing

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione della Customer Satisfaction. Dati di gradimento correttamente raccolti ed elaborati al fine di individuare azioni di miglioramento e fidelizzazione	La soddisfazione dei clienti Il grado di fidelizzazione	I processi di acquisizione delle informazioni sulla valutazione del servizio da parte del cliente e di elaborazione di proposte e azioni di miglioramento.



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 5	
INTEGRAZIONE TRA IMPRESA E CLIENTI	
RISULTATO ATTESO	
Raccordo assicurato tra il sistema esterno e la struttura interna aziendale, mediante la trasmissione e la fornitura di indicazioni raccolte durante lo svolgimento della propria attività	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Valutare l'importanza economica del cliente • Valutare i principali modelli di Caring della concorrenza • Ottimizzare la Supply Chain • Definire le peculiarità e il livello di qualità erogata • Differenziare e caratterizzare i servizi e le prestazioni per target • Individuare le priorità in relazione alle richieste della clientela	• Elementi di marketing Customer Oriented • Modelli di Caring • Modello organizzativo della struttura presso la quale si opera • Tecniche di elaborazione dati • Elementi di pianificazione strategica e operativa • Concetti di coordinamento e controllo • Processi di erogazione del servizio: fasi e ruoli • Strategie e tecniche gestionali del processo continuo di mantenimento e sviluppo della relazione con il cliente • Nozioni sulle entità del ciclo di vendita: business unit, modelli, tecniche, ruoli di relazione, impostazioni organizzative, aree di vendita e scenari di mercato, catalogo prodotti, unità di vendita, sconti, listini, provvigioni, lead, opportunità, offerte, ordini, fatture

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Integrazione tra impresa e clienti. Raccordo tra il sistema esterno e la struttura interna aziendale assicurato, mediante la trasmissione e la fornitura di indicazioni raccolte durante lo svolgimento della propria attività.	Il grado di coerenza e di raccordo tra l'impresa e clienti	Adeguamenti nelle procedure di produzione ed erogazione delle attività e dei servizi



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 6	
GESTIONE DELLE INFORMAZIONI	
ATTRAVERSO IL SUPPORTO DELLE TECNOLOGIE INFORMATICHE	
RISULTATO ATTESO	
Sistema di informazioni sviluppato, a supporto delle procedure di assistenza al cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Modellare i requisiti delle applicazioni informatiche • Installare e configurare un sistema CRM; Pianificare la personalizzazione; Personalizzare le entità e i campi; Personalizzare grafici e dashboard; Configurare i flussi dei processi aziendali e le regole di business • Amministrare un sistema CRM On Line • Aggiornare e ridistribuire; Configurare e gestire la posta elettronica; Installare e distribuire altri strumenti client; Gestire e risolvere i problemi relativi a una distribuzione • Valutare i ritorni economici di un sistema CRM • Combinare l'utilizzo di più strumenti operativi per garantire la tempestività delle informazioni e la qualità del servizio • Gestire operativamente le banche dati informative funzionali all'erogazione dei servizi e delle prestazioni • Provvedere all'analisi e all'elaborazione dei dati • Istruire ed informare l'utenza sulle modalità operative degli strumenti utilizzati • Redigere il Manuale Tecnico Operativo delle tecnologie implementate • Erogare formazione operativa di base (how to use) • Gestire e coordinare le risorse incaricate della rilevazione dati • Utilizzare le funzionalità del sistema informativo per la diffusione e la trasmissione delle informazioni in	• Elementi di logica di programmazione: struttura del programma, dati, strutture di controllo • Tecniche software per CRM (Customer Relationship Management) • Legislazione in materia di informazione, comunicazione, accessibilità e sistemi informativi per la corretta gestione dell'informazione in via telematica • Lingua straniera - inglese tecnico di settore • Terminologia dei sistemi informatici e multimediali per gestire efficacemente il loro utilizzo • Metodiche statistiche per l'analisi dei dati secondo logiche esplorative, di analisi variata e data mining • Elementi di I/O Management e Reporting operativo



*Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale*

formato accessibile a tutte le utenze	
---------------------------------------	--

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione delle informazioni attraverso il supporto delle tecnologie informatiche. Utilizzare i supporti informatici e gli strumenti tecnologici adeguati a fornire le informazioni, riducendo al minimo i tempi di attesa	I processi di gestione delle informazioni tramite supporti informatici	La qualità delle informazioni e il grado di fruibilità da parte dell'utenza. La riduzione dei tempi di attesa



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE	
Area comune: Servizi alle imprese	
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Marketing strategico ed operativo Pianificazione e gestione commerciale
Area di attività	ADA 25.223.722 - Gestione delle attività di rilevazione ed elaborazione statistica dei dati ADA 25.224.727 - Sviluppo e monitoraggio del servizio di Customer care
Qualificazione regionale	Tecnico superiore del Customer Relationship Management
Referenziazioni	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2006) 4.1.2 Tecnici dell'organizzazione commerciale; 3.3.3.5.0 Tecnici del marketing - 4.2.2.1-Addetti all'accoglienza e assimilati; 5.1.3.4-Addetti all'informazione e all'assistenza dei clienti; Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011) 3.3.3.5.0 Tecnici del marketing; 4.2.2.1-Addetti all'accoglienza e all'informazione nelle imprese e negli enti pubblici; 4.2.2.2-Addetti all'accoglienza nei servizi di alloggio e ristorazione; 5.1.3.4-Addetti all'informazione e all'assistenza dei clienti
	Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT) 70.2 ATTIVITÀ DI CONSULENZA GESTIONALE
Livello EQF	5
Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività	Il Tecnico del Customer Relationship Management possiede il know how necessario alla configurazione dell'offerta complessiva dei servizi e alla gestione efficace del rapporto con i clienti; è, altresì, in grado di svilupparne e monitorarne il processo di erogazione in funzione delle condizioni specifiche di mercato individuate, in una costanza di rapporto con il cliente/utente. Ha competenze che gli consentono di individuare e gestire i profili di clienti acquisiti e potenziali, anche attraverso attività di rilevazione ed elaborazione statistica dei dati, così da mettere a punto attività e strategie che da un lato consentano l'acquisizione di nuovi clienti, e dall'altro di massimizzare i profitti sui clienti fedeli, cercando di comprenderne esigenze e aspettative.



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 1 SUPPORTO AI PROCESSI DI INNOVAZIONE RISULTATO ATTESO Analizzare le possibili alternative organizzative e tecnologiche alla luce del posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica, per definire caratteristiche, obiettivi e risultati attesi della soluzione di business da sviluppare	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Analizzare con i responsabili aziendali la realtà ed il contesto competitivo in cui si posizionerà il progetto di business • Definire con i responsabili aziendali caratteristiche ed obiettivi del business da realizzare • Definire le strategie di comunicazione del progetto più appropriate per il raggiungimento degli obiettivi previsti • Fornire supporto al Customer Journey: guida al Digital CRM per l'adozione di tecnologie digitali funzionali rivolte al Cliente, con una maggiore integrazione delle funzioni di Marketing, Vendite e Customer Service e personalizzazione dell'offerta • Supportare il cambiamento e il miglioramento dei processi di innovazione e l'introduzione di nuovi modelli di business • Minimizzare le interruzioni del servizio conseguenti ai cambiamenti, aderendo ai service level agreement (SLA) definiti	• 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 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 • 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 • Dinamiche dei mercati di riferimento per operare previsioni su cui basare le analisi del contesto competitivo

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Analisi delle alternative organizzative e tecnologiche Posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo e dell'evoluzione tecnologica Definizione di caratteristiche, obiettivi e risultati attesi della soluzione di business sviluppata	Posizionamento dell'azienda nel contesto competitivo	Business plan redatto Caratteristiche, obiettivi e risultati attesi del business sviluppati



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 2	
ASSISTENZA E Customer MANAGEMENT	
RISULTATO ATTESO	
Servizio di Customer management sviluppato e monitorato	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Sviluppare un modello di assistenza e gestione della clientela, definendone i requisiti e le specifiche funzionali •Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente •Cogliere le aspettative e il grado di soddisfazione del cliente • Definire e adottare modalità di acquisizione e registrazione delle richieste, accogliendo le priorità espresse dal cliente • Impiegare uno stile comunicativo appropriato alla relazione con il cliente • Reclutare, formare e coordinare la rete di rilevazione • Predisporre e distribuire gli strumenti per la rilevazione dei dati • Rilevare il grado di soddisfazione del cliente utilizzando appositi strumenti e traducendo i feedback ottenuti in elementi di maggiore accessibilità e fruibilità del servizio reso • Elaborare un sistema di indicatori per la valutazione delle performance del processo di assistenza e per formulare ipotesi di miglioramento • Fornire informazioni rispondenti alle richieste del cliente	• Elementi di marketing • Modello organizzativo della struttura presso la quale si opera e caratteristiche del servizio offerto • Principali sistemi operativi ed applicazioni software per la gestione ed elaborazione dati • Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza • Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale • Tecniche di soddisfazione e fidelizzazione del cliente • Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento • Tecniche di Customer care • Metodologie e tecniche di ascolto • Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Accoglienza e assistenza al cliente Servizio reso accessibile e fruibile in vista della massima soddisfazione del cliente	Le operazioni di accoglienza e assistenza al cliente	Modalità adeguate di accoglienza e assistenza dei clienti. Grado di fruibilità dei servizi



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 3 DEFINIZIONE DI OFFERTE RISPONDENTI ALLE ESIGENZE DEI CLIENTI	
RISULTATO ATTESO Offerte di servizi rispondenti alle esigenze del target dei clienti	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Effettuare un'autoanalisi dei punti di forza e di debolezza dei prodotti/servizi dal punto di vista della loro rispondenza alle esigenze della clientela • Acquisire informazioni circa i fabbisogni dei clienti • Riconoscere le caratteristiche del cliente, Interpretare bisogni e aspettative della clientela • Effettuare la segmentazione dei clienti aziendali (profiling) • Definire lo stile e lo standard di offerte da proporre • Definire la metodologia per la misurazione della soddisfazione del cliente • Gestione dei Processi (area marketing, vendite e post vendita); Automazione dei processi; Gestione delle comunicazioni • Definire strategie di marketing per il cliente • Creazione e Gestione di una Campagna di marketing	• Tecniche di rilevazione di evoluzione delle opportunità del mercato • Tecniche di Customer marketing • Customer Relationship Management • CRM Cognitivo, Operativo e Analitico • Tecniche di Customer satisfaction • Elementi di micromarketing • Strumenti di orientamento commerciale

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Definizione di offerte rispondenti alle esigenze dei clienti Offerte di servizi rispondenti alle esigenze del target dei clienti	Le caratteristiche dei servizi offerti	L'esame di caratteristiche, bisogni e aspettative del cliente e le operazioni di codifica dei desideri e delle attese



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 4	
GESTIONE DELLE RELAZIONI (Relationship MANAGEMENT)	
RISULTATO ATTESO	
Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Stabilire e mantenere relazioni di business positive con clienti e fornitori (interni o esterni) conformi ai processi organizzativi • Mantere regolari comunicazioni con clienti/partner/fornitori, e soddisfare le esigenze in relazione al loro contesto e gestendo le comunicazioni della filiera della fornitura • Assicurare che le esigenze del cliente /partner/fornitore siano comprese e soddisfatte in accordo con la politica dell'organizzazione • Identificare i canali comunicativi più efficaci • Proporre servizi e prodotti realmente rispondenti alle richieste raccolte • Fornire informazioni relative i propri servizi • Adottare stili e tecniche di comunicazione appropriate al target per l'erogazione di informazioni • Cogliere e interpretare preferenze e richieste del cliente • Prevedere modalità e procedure per la gestione dei reclami	• Tecniche di comunicazione e relazioni interpersonali • Tecniche di accoglienza del cliente • Tecniche di archiviazione e classificazione delle informazioni relative ai clienti • Tecniche di marketing operativo • Elementi di un sistema CRM analitico; Ricerche avanzate ed esportazioni; Utilizzo e consultazione dei Report; Creazione di Report ad hoc (CRM Customization) • Elementi di communication plan • Sistemi di mappatura e monitoraggio dei punti di contatto con il cliente • Principi di gestione dei dati nel rispetto della normativa sulla privacy • Inglese tecnico di settore

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione della comunicazione e delle relazioni informative con i clienti. Flussi comunicativi e informativi esaustivi e rispondenti alle aspettative del cliente.	Le operazioni di comunicazione, informazione e promozione dei servizi offerti ai clienti.	L'utenza raggiunta e il numero di risposte positive sulla comunicazione



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 5	
GESTIONE DELLA Customer ED USER EXPERIENCE	
RISULTATO ATTESO	
Dati di gradimento correttamente raccolti ed elaborati al fine di individuare azioni di miglioramento e fidelizzazione	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Predisporre ed utilizzare strumenti di rilevazione del grado di soddisfazione dei clienti, tenendo conto di tutte le variabili del servizio • Registrare le informazioni rilevanti • Effettuare il monitoraggio sugli esiti dell'attività di raccolta dati e la risultante Customer satisfaction • Tradurre dati/informazioni di Customer satisfaction in azioni di miglioramento del servizio erogato • Risolvere o scalare gli incidenti ed ottimizzare le performance del sistema rispettando i livelli di servizio predefiniti (SLA) • Rispondere alle richieste e ai problemi dell'utente • Identificare standard di qualità e soddisfazione dei clienti • Individuare azioni di fidelizzazione della clientela • Effettuare la valutazione tecnica e la gestione dei reclami	• Tecniche di fidelizzazione della clientela • Tecniche per l'analisi dei punti di forza/debolezza dell'offerta servita • Tecniche di comunicazione e relazione interpersonale • Principi, tecniche e strumenti di Customer satisfaction - Customer Satisfaction Management - Customer Retention Rate • Modello organizzativo della struttura presso il quale si opera e caratteristiche del servizio offerto • Tecniche e strumenti di monitoraggio delle attese e delle percezioni • Il Customer Service con il CRM • La raccolta informazioni e gli obiettivi di Customer marketing

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione della Customer satisfaction. Dati di gradimento correttamente raccolti ed elaborati al fine di individuare azioni di miglioramento e fidelizzazione	La soddisfazione dei clienti Il grado di fidelizzazione	I processi di acquisizione delle informazioni sulla valutazione del servizio da parte del cliente e di elaborazione di proposte e azioni di miglioramento.



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 6	
INTEGRAZIONE TRA IMPRESA E CLIENTI	
RISULTATO ATTESO	
Raccordo assicurato tra il sistema esterno e la struttura interna aziendale, mediante la trasmissione e la fornitura di indicazioni raccolte durante lo svolgimento della propria attività	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Valutare l'importanza economica del cliente • Valutare i principali modelli di Caring della concorrenza • Ottimizzare la Supply Chain • Definire le peculiarità e il livello di qualità erogata • Differenziare e caratterizzare i servizi e le prestazioni per target • Individuare le priorità in relazione alle richieste della clientela	• Elementi di marketing Customer Oriented • Modelli di Caring • Modello organizzativo della struttura presso la quale si opera • Tecniche di elaborazione dati • Elementi di pianificazione strategica e operativa • Concetti di coordinamento e controllo • Processi di erogazione del servizio: fasi e ruoli • Strategie e tecniche gestionali del processo continuo di mantenimento e sviluppo della relazione con il cliente • Nozioni sulle entità del ciclo di vendita: business unit, modelli, tecniche, ruoli di relazione, impostazioni organizzative, aree di vendita e scenari di mercato, catalogo prodotti, unità di vendita, sconti, listini, provvigioni, lead, opportunità, offerte, ordini, fatture.

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Integrazione tra impresa e clienti. Raccordo tra il sistema esterno e la struttura interna aziendale assicurato, mediante la trasmissione e la fornitura di indicazioni raccolte durante lo svolgimento della propria attività.	Il grado di coerenza e di raccordo tra l'impresa e clienti	Adeguamenti nelle procedure di produzione ed erogazione delle attività e dei servizi



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

COMPETENZA N. 7 GESTIONE DELLE INFORMAZIONI ATTRAVERSO IL SUPPORTO DELLE TECNOLOGIE INFORMATICHE	
RISULTATO ATTESO Sistema di informazioni sviluppato, a supporto delle procedure di assistenza al cliente	
ABILITÀ	CONOSCENZE
• Modellare i requisiti delle applicazioni informatiche • Configurare un sistema CRM; Pianificare la personalizzazione; Personalizzare le entità e i campi; Personalizzare grafici e dashboard; Configurare i flussi dei processi aziendali e le regole di business • Amministrare un sistema CRM On Line • Aggiornare e ridistribuire; Configurare e gestire la posta elettronica; Installare e distribuire altri strumenti client; Gestire e risolvere i problemi relativi a una distribuzione • Valutare i ritorni economici di un sistema CRM • Combinare l'utilizzo di più strumenti operativi per garantire la tempestività delle informazioni e la qualità del servizio • Configurare procedure di comunicazione (email) e integrazione • Gestire acquisizione/migrazione di dati • Gestire le banche dati ed archivi informativi funzionali all'erogazione dei servizi e delle prestazioni • Provvedere all'analisi e all'elaborazione dei dati • Istruire ed informare l'utenza sulle modalità operative degli strumenti utilizzati • Redigere il Manuale Tecnico Operativo delle tecnologie implementate • Erogare formazione operativa di base (how to use) • Gestire e coordinare le risorse incaricate della rilevazione dati • Utilizzare le funzionalità del sistema informativo per la diffusione e la trasmissione delle informazioni in formato accessibile a tutte le utenze	• Elementi di logica di programmazione: struttura del programma, dati, strutture di controllo • Architettura delle applicazioni informatiche: componenti, relazioni, collegamenti • Tecniche software per CRM (Customer Relationship Management) • Legislazione in materia di informazione, comunicazione, accessibilità e sistemi informativi per la corretta gestione dell'informazione in via telematica • Lingua straniera - inglese tecnico di settore • Terminologia dei sistemi informatici e multimediali per gestire efficacemente il loro utilizzo • Metodiche statistiche per l'analisi dei dati secondo logiche esplorative, di analisi variata e data mining • Elementi di I/O Management e Reporting operativo

Indicazioni per la valutazione delle competenze

Titolo competenza e Risultato atteso	Oggetto di osservazione	Indicatori
Gestione delle informazioni attraverso il supporto delle tecnologie informatiche.	I processi di gestione delle informazioni tramite supporti informatici	La qualità delle informazioni e il grado di fruibilità da parte dell'utenza.



Direzione Generale per l'istruzione, la Formazione, il Lavoro e le Politiche giovanili
U.O.D. Formazione Professionale

Utilizzare i supporti informatici e gli strumenti tecnologici adeguati a fornire le informazioni, riducendo al minimo i tempi di attesa		La riduzione dei tempi di attesa
---	--	----------------------------------