
Esame professionale di specialista in vendite

Parte d'esame 4 : studio guidato di un caso, attuazione

Cognome/nome _____

Numero di candidato _____

Data dell'esame _____

Durata dell'esame : 120 minuti

Punteggio : 48 punti

È pregato di prestare attenzione ai seguenti punti :

1. Questo testo comprende 12 pagine, copertina compresa. È pregato di controllare che il suo esemplare sia completo.
2. Scriva sull'esame e su eventuali fogli degli appunti il suo nome e cognome e il suo numero di candidato.
3. Inserisca i fogli personali ed eventuali fogli degli appunti nella busta dell'esame.
4. Non è permesso unire i fogli con punti metallici.
5. Nell'interesse della leggibilità, nelle designazioni di persone si è rinunciato a utilizzare ogni volta anche la forma femminile.

Le auguriamo buona fortuna !

Incarico di lavoro

Studio guidato di un caso

Di seguito lei elaborerà un caso pratico concreto. Il caso consiste in 1 descrizione del caso e 4 compiti separati, ciascuno con una situazione iniziale diversa. Ha a disposizione 120 minuti di tempo per elaborare tutti i compiti.

Compito

Legga attentamente la descrizione del caso. Essa vale per tutti i compiti seguenti. Legga quindi la situazione iniziale relativa al compito 1, esamini gli eventuali allegati ed elabori gli incarichi. Elabori i compiti da 2 a 4 nella stessa maniera.

Allegati

Allegato 1 : Organigramma organizzazione di marketing e di vendita Optec SA

Allegato 2 : Potenziali gruppi di clienti nel mercato svizzero per stazioni di carica e-Mobility

Allegato 3 : Descrizione dei compiti collaboratori del servizio esterno

Punti

Massimo 42 punti

Descrizione del caso



L'azienda

Optec SA è un'azienda di medie dimensioni con 40 collaboratori. Offre moderne soluzioni di sistema nel campo della gestione energetica e della sicurezza per l'approvvigionamento di energia elettrica delle aziende.

L'azienda è un fornitore di servizi specializzato nella gestione e l'ottimizzazione energetica. Con l'impiego di apparecchi di misurazione e di prova di alta qualità, Optec SA offre la garanzia di un impiego efficiente e sicuro dell'energia.

Optec Srl è stata fondata il 1° agosto 2000. Già nel 2010 è stata trasformata in una società anonima. Nel 2015 Optec SA è stata venduta al fornitore e produttore di hardware elettrici Bender e continua ad essere gestita con la stessa denominazione di prima.

Optec sta per :

Ottimizzato

professionale

team-oriented (orientato al team)

engaged (impegnato)






carismatico

L'azienda si posiziona sul mercato come azienda innovativa e competente che opera in modo professionale, cordiale, disponibile e flessibile. Optec SA è l'indirizzo da contattare per tutte le questioni relative alla misurazione, l'analisi e l'ottimizzazione dell'energia elettrica. Con le conoscenze acquisite attraverso le soluzioni Optec, i clienti possono risparmiare costi e aumentare la sicurezza dell'approvvigionamento energetico.

Prestazione di mercato

Optec SA offre alla sua eterogenea clientela B2B prodotti e servizi nell'ambito dell'energia elettrica. La prestazione di mercato comprende consulenza di progetto, analisi e attuazione completa. Vi rientrano anche la vendita di apparecchiature di alta qualità e programmazioni specifiche per i clienti : tutto da un unico interlocutore, dalla prima consulenza fino al supporto in loco. L'assistenza ai clienti viene assicurata principalmente dai consulenti di vendita tecnici del servizio esterno, coprendo tutta l'area di vendita della Svizzera.

Aree operative, applicazioni e attuali gruppi di clienti

Aree operative	Quota di fatturato complessivo 2020 (in %)	Prestazioni e applicazioni	Attuali gruppi di clienti
Tecnica di misurazione 	40	Apparecchi di controllo della sicurezza e apparecchi di misurazione dell'energia, stazionari e mobili, per il monitoraggio	Centrali elettriche, elettricisti, installatori, utenze in generale
Tecnica ospedaliera 	30	Soluzioni complete dal quadro elettrico ai display di osservazione per un approvvigionamento sicuro di energia elettrica in ambito medico	Ospedali, cliniche, case di cura e per anziani
Tecnica di sicurezza 	20	Apparecchiature di monitoraggio per un approvvigionamento sicuro di energia elettrica nella produzione	Industria in generale
Gestione energetica 	5	Soluzioni per l'ottimizzazione del consumo elettrico, software e app per il monitoraggio continuativo degli hardware utilizzati	Edifici pubblici, grandi utenti, grandi edifici come gli alberghi
e-Mobility 	5	Stazioni di carica per veicoli elettrici sotto forma di stazioni a muro in diverse versioni e colonnine di ricarica	Stazioni di rifornimento elettrico

e-Mobility è il settore di attività più recente dell'azienda e deve essere promosso in futuro. Finora è già stato possibile acquisire numerosi operatori di stazioni di rifornimento. Da un'analisi emergono i gruppi di clienti da considerare per la futura elaborazione di mercato (allegato 2).

Gli attuali gruppi di clienti e prescrittori (ingegneri e progettisti elettrici) sono assistiti da collaboratori tecnici del servizio esterno. Le loro aree di vendita sono delimitate geograficamente garantendo così un'assistenza ottimale in tutta la Svizzera.

Il mercato

Nonostante il crescente prodotto interno lordo, è stato possibile negli ultimi anni ridurre in tutta la Svizzera il consumo elettrico pro capite. Soltanto dal 2018 al 2019 il consumo pro capite è sceso dello 0,8%. Questo risultato è da ricondurre al maggior utilizzo di sistemi ottimizzati dal punto di vista energetico presso i grandi utenti.

Le aziende dei settori più diversi hanno capito il grande potenziale di risparmio esistente nel settore dell'energia elettrica. Fornitori come Optec SA hanno beneficiato fortemente di questa tendenza negli ultimi anni nonostante la crescente pressione della concorrenza.

Tuttavia nel 2020 tutto il settore dell'energia elettrica ha sperimentato un rallentamento. È vero che durante il lockdown il consumo elettrico privato è aumentato, ma quello complessivo medio (privato e industria) è sceso in tutta la Svizzera con percentuali dal 10 al 20%.

Grandi utenti come ad esempio il settore alberghiero hanno dovuto sospendere la loro attività. Ospedali e cliniche hanno dovuto dare la priorità allo sviluppo delle capacità in termini di letti disponibili. Di conseguenza per entrambi questi gruppi di clienti i progetti di ottimizzazione energetica hanno subito uno stop.

Nel settore dell'e-Mobility si registra un grande potenziale. Il mercato cresce continuamente e di conseguenza aumenta la necessità di stazioni di carica. A questo proposito bisogna rapidamente prendere contatto con i gruppi di clienti più attraenti per avere successo a lungo termine.

Obiettivi

- Entro fine 2021 deve essere raggiunta una crescita di fatturato del 3% a livello di intera azienda.
- Nei prossimi 3 anni i costi di distribuzione devono essere ridotti dell'8% l'anno grazie a processi e strumenti digitali.
- Malgrado le limitate possibilità di contatto (pandemia da Coronavirus) è necessario assicurare per il futuro l'assistenza ai clienti esistenti e l'acquisizione di nuovi clienti.
- Il fatturato nel settore di attività e-Mobility deve crescere del 15% entro il 2021.

Sfide

Optec SA si vede costretta ad adattare la sua abituale strategia di vendita a causa della distanza sociale. Durante la crisi causata dal Coronavirus le visite in presenza ai clienti da parte del servizio tecnico esterno sono consentite soltanto in casi eccezionali. Il responsabile marketing e vendita reputa molto importante curare intensivamente i contatti esistenti e acquisire nuovi clienti anche se le visite in presenza sono consentite soltanto in pochissimi casi. Quindi i contatti e i colloqui di consulenza devono avvenire maggiormente tramite mezzi di comunicazione digitali e di conseguenza è necessario adeguare in tempi brevi l'assistenza ai clienti. Le procedure e i metodi di lavoro ottimizzati durante la pandemia devono essere integrati nella normale attività di vendita quotidiana tenendo conto della soddisfazione dei clienti.

Situazione di lavoro

Il 4 gennaio 2021 ha raggiunto il team del trattamento di mercato come specialista in vendite e vice responsabile marketing e vendita. Mentre si stava ancora inserendo nel ruolo, è stato disposto il secondo lockdown. A causa della pandemia i collaboratori del servizio esterno lavorano prevalentemente in home office. Il responsabile marketing e vendita è convinto che con l'eliminazione dei tempi di viaggio è possibile guadagnare risorse per l'assistenza online ai clienti e realizzare di conseguenza gli ambiziosi obiettivi prefissati.

Compito 1

Situazione iniziale

Malgrado la straordinaria situazione dovuta al Coronavirus, Optec SA desidera rafforzare l'acquisizione di nuovi clienti nel settore di attività e-Mobility. Questo al fine di compensare le perdite di fatturato causate dalla pandemia negli altri settori di attività e poter sfruttare rapidamente tutto il potenziale di crescita presente. Il suo superiore la incarica del progetto « Acquisizione di nuovi clienti » per e-Mobility.

Compito

- 1.1. Selezioni oltre alle stazioni di rifornimento i 2 gruppi di clienti con i quali poter raggiungere al meglio gli obiettivi di fatturato fissati per il 2021.
Documenti i suoi criteri decisionali e motivi dettagliatamente la sua decisione.

- 1.2. Definisca 4 importanti informazioni che desidera acquisire prima del primo contatto. Motivi la sua scelta e spieghi come ottenere queste informazioni.

N.B.

Allegato 2 : Potenziali gruppi di clienti nel mercato svizzero per stazioni di carica e-Mobility

Punti

Massimo 12 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Analisi** : i criteri appropriati per l'acquisizione di clienti vengono selezionati in modo chiaro.
2. **Rilevanza** : gli aspetti rilevanti dal punto di vista del contenuto sono presi in considerazione.
3. **Attuazione** : il potenziale dei gruppi di clienti selezionati viene valutato realisticamente.
4. **Attuazione** : vengono procurate in modo sistematico ed efficace le 4 informazioni rilevanti.

Compito 2

Situazione iniziale

Il responsabile marketing e vendita si aspetta che lei trovi soluzioni per e-Mobility al fine di acquisire clienti senza la possibilità di fare visite in presenza. Per lui è importante che gli approcci scelti siano sostenibili, che siano integrabili anche dopo la pandemia nei regolari processi attuali e che consentano di ottenere l'auspicata riduzione dei costi di distribuzione.

Compito

- 2.1 Elabori una proposta per poter digitalizzare 3 passaggi dell'acquisizione clienti che avvenivano finora in modo analogico. Documenti quali ostacoli si presentano e come può rimuoverli.
- 2.2 Elabori ora i processi di vendita in modo tale da poter utilizzare in futuro i passaggi digitali da lei proposti a integrazione dei passaggi analogici esistenti attualmente per l'acquisizione dei clienti. Indichi inoltre dove ravvisa possibili risparmi di costi. Elabori la sua soluzione in modo chiaro e convincente per il suo superiore.

Punti

Massimo 12 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Realizzazione** : vengono concepite accurate soluzioni digitali per l'acquisizione di nuovi clienti e tali soluzioni vengono sviluppate in modo mirato.
2. **Rilevanza** : il nocciolo del compito è stato centrato.
3. **Completezza** : gli aspetti rilevanti dal punto di vista del contenuto sono coperti in modo completo.
4. **Metodologia** : viene scelta una procedura metodologicamente opportuna.

Compito 3

Situazione iniziale

Lei sa che al momento il servizio tecnico esterno non può praticamente effettuare visite ai clienti. Tuttavia durante la rielaborazione dei processi di vendita, ha notato che ai tecnici dell'assistenza è consentito continuare ad andare e venire dai clienti come prima. Così le è venuta l'idea di coinvolgerli nel processo di vendita. Il suo superiore trova l'idea interessante e la prega di verificarne l'attuabilità. In particolare le chiede di considerare a tal proposito la mancanza di pratica di vendita dei tecnici dell'assistenza.

Compito

- 3.1 Elabori una proposta concreta per poter coinvolgere opportunamente i tecnici dell'assistenza nel processo di vendita. A questo proposito consideri sia le attività di vendita rivolte ai clienti esistenti che anche l'acquisizione di nuovi clienti.

- 3.2 Affinché il progetto « Tecnici dell'assistenza come venditori » funzioni veramente e porti il successo auspicato, i tecnici dell'assistenza devono svolgere una semplice formazione alla vendita. Come base decisionale per il suo superiore crei un semplice progetto di formazione con cui trasmettere ai tecnici dell'assistenza le conoscenze più importanti.

N.B.

Allegato 3 : Descrizione dei compiti collaboratori del servizio esterno

Punti

Massimo 12 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Pianificazione** : vengono sviluppate idee proficue.
2. **Realizzazione** : vengono elaborate soluzioni promettenti dal punto di vista del miglior servizio possibile.
3. **Metodologia** : la procedura è metodologicamente opportuna.
4. **Realizzabilità** : la proposta di soluzione è realizzabile (costi, organizzazione, tempistica).

Compito 4

Situazione iniziale

Optec SA lavora con chiari requisiti di qualità. Finora il loro obiettivo principale è stato quello di configurare un'esperienza positiva per la clientela e sul capire le esigenze del cliente in modo personale e rispondere ad esse in modo affidabile. Tuttavia l'esperienza di acquisto finora percepita molto positivamente dal cliente potrebbe essere influenzata negativamente dalla digitalizzazione e dal coinvolgimento dei tecnici dell'assistenza inesperti nel campo della vendita. Questo deve essere evitato.

Compito

- 4.1 Il suo superiore la incarica di identificare quelli che sono secondo lei i potenziali problemi di qualità più importanti che potrebbero sorgere con i processi di vendita digitalizzati e l'attività di vendita dei tecnici dell'assistenza.

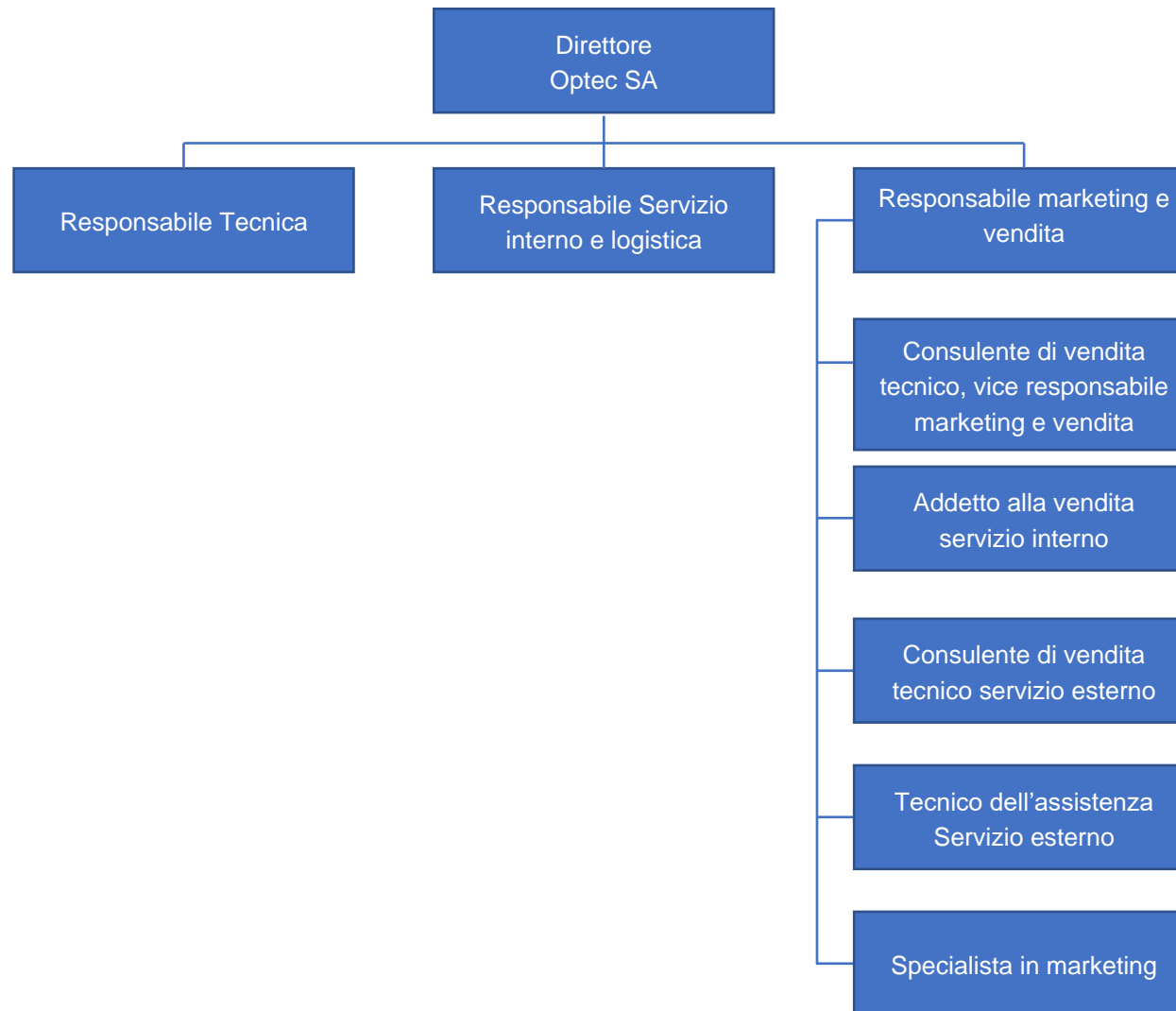
- 4.2 Sviluppi ora misure concrete adatte ad evitare questi problemi di qualità. Formuli una raccomandazione per i passi successivi.

Punti

Massimo 12 punti

La prestazione viene valutata in base ai seguenti criteri di valutazione :

1. **Analisi** : vengono individuati problemi di qualità rilevanti.
2. **Pianificazione** : vengono sviluppate misure mirate.
3. **Completezza** : gli aspetti relativi al contenuto sono coperti in modo completo.
4. **Realizzabilità** : la proposta di soluzione del candidato è realizzabile (costi, organizzazione, tempistica).

Allegato 1 : Organigramma organizzazione di marketing e di vendita Optec SA

Allegato 2 : Potenziali gruppi di clienti nel mercato svizzero per stazioni di carica e-Mobility**Potenziali gruppi di clienti nel mercato svizzero per stazioni di carica e-Mobility :**

Gruppo di clienti	Numero di possibili nuove stazioni di carica	Numero di sedi	Predisposizione all'innovazione e dei potenziali clienti	Disponibilità per investimenti a breve termine	Potere d'acquisto investitori	Contatti esistenti	Esperienza con il gruppo di clienti	Intensità dell'assistenza fino alla stipula	Responsabile della decisione
Autosili	4'000	2'000	+++	++	+++	+	+	+++	Investitori
Ospedali	1'900	1'100	++	+	++	++	+++	+++	Direzione
Alberghi	1'200	800	++	+	++	++	+++	++	Direzione
Garage	2'000	1'800	+	+	+	+	+	+	Titolari/direzione
Stazioni di rifornimento	3'000	2'500	+++	++	+++	+++	+++	+	Proprietari
Società immobiliari	4'000	2'200	+++	++	+++	+	++	++	Proprietari
Aziende (parcheggi per i collaboratori)	5'500	1'200	+++	++	+++	+	+	+	Titolari/direzione
Amministrazioni pubbliche	2'500	1'000	++	+	+++	++	++	++	Assemblee comunali
Case plurifamiliari	10'000	5'000	+++	+	++	+	++	+	Assemblee dei proprietari

Fonte di dati : © wegpunkte.ch

Legenda :

+ Basso

++ Medio

+++ Alto

Dir. = Direzione

Allegato 3 : Descrizione dei compiti collaboratori del servizio esterno

Compiti dei collaboratori del servizio esterno

- Acquisizione dei clienti (fiere, LinkedIn, acquisizione a freddo, assemblee di associazioni)
- Presentazione di prodotti
- Contatti con ingegneri e progettisti affinché i prodotti Optec vengano inclusi nei bandi della committenza
- Redazione di offerte
- Post-elaborazione delle offerte (in parte attraverso il progettista, poiché quest'ultimo sa quale azienda ha ottenuto l'incarico) ; così è possibile risparmiare in modo decisivo tempo e risorse
- Provvedere agli adeguamenti in caso di modifica del progetto
- Consegna
- Messa in servizio
- Colloqui finali