

Procedura di qualificazione per Assistenti del commercio al dettaglio AFC - Serie zero 1

Lavoro pratico prestabilito (LPP)

Griglia d'esame secondo le direttive di Formazione nel commercio al dettaglio in Svizzera: <https://www.bds-fcs.ch/>

Sede dell'esame		Data / orario	
Cognome		Nome	
Cognome, nome e visto del perito d'esame 1		Cognome, nome e visto del perito d'esame 2	

Domanda sullo stato di salute	Si sente in grado di assolvere l'esame?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Istruzioni per il candidato spiegate	
Controllo documenti d'identità	È stato controllato il documento personale?	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Eventi particolari					

Voce secondo l'ofor	Parte	Campi d'esame	Durata	Max. punti	Punti ottenuti	Ponderazione	
1	1.1	Relazioni con i clienti (CCO A+C)	40'	30		50%	
3	1.2	Creazione di esperienze di acquisto (CCO E)	30'	18		30%	
		<input checked="" type="checkbox"/> Orientamento: Creazione di esperienze di acquisto (CCO E)					
2	1.3	Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B)	20'	12		20%	
		<input checked="" type="checkbox"/> Opzione 2 Analizzare una presentazione di merce risp. servizi già allestita					

Nota complessiva*

Si prega di usare la calcolatrice excel "Panoramica dei risultati" (pagina 2) per inserire la nota

*La nota complessiva è data dalla media ponderata e arrotondata a un decimale delle parti 1.1 – 1.3.

Panoramica dei risultati

Parte	Campi d'esame	Durata	Punti per criterio di valutazione	Punti ottenuti	Nota
1.1	Relazioni con i clienti (CCO A+C)				
	Saluto, accoglienza Creare il primo contatto con il cliente in modo appropriato	40' (2x 20')	6		
	Informazione 1 Analizzare il bisogno del cliente e presentare soluzioni		6		
	Informazione 2 Consigliare il cliente in modo convincente		6		
	Conclusione Progettare professionalmente la conclusione della vendita		6		
In generale Gestire i clienti con professionalità	6				
1.2	Orientamento Creazione di esperienze di acquisto (CCO E)				
	Colloquio impegnativo con un cliente: proporre possibili soluzioni appropriate	20'	6		
	Colloquio impegnativo con un cliente: creare un'esperienza di acquisto		6		
	Progettare mondi di esperienze orientate ai prodotti e ai servizi OPPURE Eventi per clienti / promozioni di vendita: procedere in modo appropriato	10'	3		
Progettare mondi di esperienze orientate ai prodotti e ai servizi OPPURE Eventi per clienti / promozioni di vendita: valutare l'esperienza di acquisto	3				
1.3	Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B) – Analizzare una presentazione di merce risp. servizi già allestita				
	Presentazione di merce risp. servizi: analizzare una presentazione di merce risp. servizi già allestita	20'	3		
	Presentazione di merce risp. servizi: proporre dei miglioramenti		3		
	Presentazione di merce risp. servizi: giustificare in modo comprensibile i punti forti e i punti deboli dei miglioramenti proposti		3		
Presentazione di merce risp. servizi: procedere in modo plausibile nelle situazioni critiche	3				

Tabella di conversione / scala delle note

Nota	Punti della parte 1.1	Punti della parte 1.2	Punti della parte 1.3	Note	Punti della parte 1.1	Punti della parte 1.2	Punti della parte 1.3
		Orientamento CCO E	Opzione 2			Orientamento CCO E	Opzione 2
6	29 – 30	18	12	3,5	14 – 16	9	6
5.5	26 – 28	16 – 17	11	3	11 – 13	7 – 8	5
5	23 – 25	14 – 15	9 – 10	2,5	8 – 10	5 – 6	3 – 4
4.5	20 – 22	12 – 13	8	2	5 – 7	3 – 4	2
4	17 – 19	10 – 11	7	1,5	2 – 4	1 – 2	1
				1	0 – 1	0	0



Spiegazione dei livelli qualitativi delle risposte ai criteri di valutazione

3 risp. 6 punti	Risposta completa alla domanda posta. Tutti gli aspetti richiesti sono stati trattati con una qualità da buona a ottima. La persona in formazione fornisce una prestazione solida.
2 risp. 4 punti	La risposta presenta piccole differenze rispetto alla soluzione completa. Ciò si manifesta per esempio nel seguente modo: <ul style="list-style-type: none"> • le affermazioni sono parzialmente lacunose. • le affermazioni sono in parte un po' superficiali e generiche. • le risposte sono di principio corrette, ma non giustificate o motivate • le giustificazioni non sono puntualmente condivisibili. • le risposte sono troppo poco adattate alla domanda posta.
1 risp. 2 punti	La risposta presenta significative differenze rispetto alla soluzione completa. Ciò si manifesta per esempio nel seguente modo: <ul style="list-style-type: none"> • le affermazioni sono spesso lacunose. • le affermazioni sono in prevalenza superficiali e generiche. • le risposte sono di principio corrette, ma non giustificate o motivate. • le giustificazioni sono lacunose oppure solo in parte condivisibili. • le risposte sono puntualmente sbagliate. • le risposte non sono specificatamente adattate ai gruppi di interesse.
0 punti	La risposta della persona in formazione non è valutabile oppure si discosta totalmente dalla risposta completa. Ciò si manifesta per esempio nel seguente modo: <ul style="list-style-type: none"> • risposta sbagliata alla domanda posta (non risponde a quanto viene chiesto). • affermazioni e/o giustificazioni in prevalenza sbagliate. • risposte prive di struttura e di sistema.



Nota per il candidato

Svolgimento dell'esame

- Relazione con il cliente: 2 giochi di ruolo, ciascuno della durata di 20 minuti.
- Focus: Progettazione di esperienze d'acquisto consistente in 1 gioco di ruolo "Colloquio con un cliente impegnativo" e "creare esperienze di vendita"
- Gestione e presentazione di prodotti e servizi che consiste nell'analisi di una presentazione esistente di beni e servizi.

L'esame dura 90 minuti e si ha diritto all'intero tempo.

Se c'è qualcosa che non vi è chiaro, siete pregati di informarci immediatamente

Un perito d'esame assume il ruolo del cliente durante il gioco di ruolo e pone le domande durante le attività pratiche.

L'altro perito d'esame registra le osservazioni nel protocollo.

Nota per i periti d'esame:

Le soluzioni di esempio non devono essere considerate come le uniche soluzioni corrette e servono solo come guida per la valutazione.

1.1.1 Relazioni con i clienti (CCO A+C) (2 Giochi di ruolo)

Situazione del cliente per i periti d'esame (Gioco di ruolo 1 - 20 Minuti)

Caso

Serie Zero sportello

	Szenario
Situazione iniziale	<p>Oggi vi recate al Centro viaggiatori per ottenere una consulenza sull'offerta più adatta a voi. Tra poche settimane inizierete un nuovo lavoro per cui dovrete lavorare due giorni la settimana in home office e i tre restanti in ufficio. La stazione di partenza è quella della persona in formazione. Potete scegliere liberamente il futuro luogo di lavoro. La distribuzione dei giorni di lavoro è casuale (p. es. non tutti i lunedì sono destinati all'home office). Al momento usate abitualmente la vostra auto. Non siete in possesso di un abbonamento. In futuro sareste disposti a viaggiare più spesso con i trasporti pubblici.</p> <p>Ulteriori osservazioni/indicazioni/informazioni per i periti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vi piacerebbe riuscire a lavorare in treno, ma a volte c'è troppo rumore. Quali possibilità ci sono? - Vorreste sapere se potete trovare un posto sul treno a qualsiasi ora. - Quali possibilità ci sarebbero se vostro figlio quattordicenne volesse eventualmente accompagnarvi durante un viaggio in Svizzera (al massimo una volta all'anno)? - Potrebbe capitarvi di voler portare con voi la bicicletta e percorrere con essa una tratta parziale. Quali possibilità ci sono in questo caso?
Richieste e punto di vista del cliente	<p>Possibili argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Importante ottenere l'offerta più vantaggiosa e conveniente <input type="checkbox"/> Conoscenza non spiccata dei tp <input type="checkbox"/> I vantaggi per la clientela devono essere evidenti <input type="checkbox"/> Suscitare entusiasmo per i tp <input type="checkbox"/> La famiglia viaggia raramente con i tp
Comportamento durante il colloquio	<p>Obiezioni/osservazioni del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mostrate interesse per i tp <input type="checkbox"/> Non avete esperienza con i tp <input type="checkbox"/> Siete disposti ad acquistare biglietti online/da cellulare <input type="checkbox"/> Avete bisogno di sicurezza <input type="checkbox"/> Viaggiate di rado con la famiglia
Soluzione modello	<p>Possibili conclusioni della vendita</p> <p>Prestazioni di base:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Offrire uno o più abbonamenti <input type="checkbox"/> Mostrare l'app dei tp <input type="checkbox"/> Fornire indicazioni per biglietti risparmio <input type="checkbox"/> Fornire spunti per gite nel tempo libero <input type="checkbox"/> Altro <p>Prestazioni supplementari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Assicurazione per i tp <input type="checkbox"/> Offerta di 1a classe per cambio occasionale <input type="checkbox"/> Altro

1.1.1 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Saluto, accoglienza» Gioco di ruolo 1		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 1: Creare il primo contatto con il cliente in modo appropriato Domanda guida La persona in formazione crea in modo appropriato il primo contatto con il cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione crea in modo professionale il primo contatto con il cliente. Lo saluta in modo proattivo e cortese e gli presta tutta l'attenzione. Gestisce con abilità le situazioni critiche e crea il primo contatto con il cliente in modo appropriato al tipo di cliente che sta accogliendo.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a un primo contatto professionale con il cliente.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a un primo contatto professionale con il cliente.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione non è professionale e/o non è stata eseguita.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Piena attenzione al cliente <input type="checkbox"/> Saluto proattivo e cordiale (sorriso/contatto visivo, avvicinamento ai clienti, chiacchiere) <input type="checkbox"/> Crea un'atmosfera di fiducia (atteggiamento sicuro e calmo) <input type="checkbox"/> Apertura professionale della conversazione di vendita: ad esempio, "Cosa posso mostrarle?" <input type="checkbox"/> Come viene concepita la valutazione dei bisogni? (maggioranza di domande aperte) <input type="checkbox"/> Valutazione dei bisogni appropriata (desiderio e motivo di acquisto: cosa vuole comprare la clientela e perché?)		Osservazioni / Note:				

1.1.1 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso: Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Informazione 1» Gioco di ruolo 1		Valutazione	0	1	2	3
<p>Criterio di valutazione 2: Analizzare i bisogni del cliente e presentare soluzioni Domanda guida La persona in formazione individua (ponendo domande dettagliate) il bisogno del cliente e presenta soluzioni appropriate?</p>		Giustificazione				
<p>Realizzato pienamente: la persona in formazione individua (con domande dettagliate) il bisogno del cliente. Pone domande orientate all'obiettivo. Ascolta in modo concentrato e attento. Lascia finire di parlare il cliente. Presenta soluzioni appropriate al bisogno del cliente.</p>	3					
<p>Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a un'analisi - orientata all'obiettivo - del bisogno del cliente e rispetto a una presentazione della soluzione appropriata.</p>	2					
<p>Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a un'analisi - orientata all'obiettivo - del bisogno del cliente e rispetto a una presentazione della soluzione appropriata.</p>	1					
<p>Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona informazione è inutilizzabile e/o si discosta totalmente da un'analisi - orientata all'obiettivo - del bisogno del cliente.</p>	0					
<p>Soluzione possibile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Richiesta dettagliata delle esigenze del cliente (identificazione delle esigenze) <input type="checkbox"/> Utilizzo di domande orientate all'obiettivo e di diverse tecniche di interrogazione. <input type="checkbox"/> Ascolto concentrato, attivo e attento <input type="checkbox"/> Lasciate che il cliente finisca di parlare <input type="checkbox"/> Restringere e sintetizzare l'esigenza <input type="checkbox"/> Cercare e proporre soluzioni <input type="checkbox"/> Rispondere e gestire le obiezioni <input type="checkbox"/> Se necessario, prendere appunti 		<p><u>Osservazioni / Note:</u></p>				

1.1.1 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione
Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Informazione 2» Gioco di ruolo 1		Valutazione	0	1	2	3
 criterio di valutazione 3: Consigliare il cliente in modo convincente Domanda guida La persona in formazione consiglia in modo convincente e orientato al cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione consiglia in modo esaustivo il cliente su prodotti / servizi nonché su sviluppi e tendenze. Coinvolge il bisogno del cliente nella propria argomentazione e utilizza delle storie appropriate in modo situazionale ed effettivo. Giustifica la proposta di soluzione in modo esaustivo e con competenza professionale. Gestisce in modo costruttivo le domande di chiarimento critiche, le restituzioni di merce o i reclami del cliente riprendendoli e inserendoli in modo situazionale nella sua storia. Applica strategie appropriate allo scopo di portare il cliente a una decisione di acquisto.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una consulenza convincente e competente.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una consulenza convincente e competente.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è inutilizzabile e/o incomprensibile.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Consulenza dettagliata sulla gestione dei prodotti/servizi e sugli sviluppi e le tendenze (ad es. più mobile/online) <input type="checkbox"/> Rispondere a domande sul prodotto/servizio <input type="checkbox"/> Porre domande orientate all'obiettivo, supportando la decisione d'acquisto attraverso il contenuto dell'offerta di vendita. <input type="checkbox"/> Incorporare le esigenze del cliente nell'argomentazione <input type="checkbox"/> Gestire/rifiutare le obiezioni <input type="checkbox"/> Giustificazione dettagliata ed esperta della soluzione proposta <input type="checkbox"/> Uso efficace del metodo della narrazione <input type="checkbox"/> Rispondere alle domande dei clienti e integrarle nella storia		Osservazioni / Note:				

1.1.1 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Conclusioni della vendita» Gioco di ruolo 1		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 4: Progettare professionalmente la conclusione della vendita Domanda guida Le persona in formazione esegue professionalmente la conclusione del colloquio con il cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione dimostra di saper gestire professionalmente il processo di pagamento. Tiene in considerazione sia il prodotto / il servizio acquistato sia la restituzione di merce / il reclamo. Utilizza i programmi di fidelizzazione della clientela in funzione dei desideri del cliente.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una conclusione professionale della vendita.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una conclusione professionale della vendita.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è sbagliata e/o non professionale.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Approccio professionale alla chiusura di una vendita (riconoscere il momento giusto per chiudere una vendita) <input type="checkbox"/> Gestire la decisione di acquisto del cliente <input type="checkbox"/> Considerazione del prodotto/servizio acquistato e del reso/reclamo <input type="checkbox"/> Vendite addizionali Upsell (ad es. 1a classe, servizi aggiuntivi, fidelizzazione del cliente all'azienda di trasporto pubblico) <input type="checkbox"/> Utilizzo corretto del sistema POS (avvio ed elaborazione delle transazioni di pagamento) <input type="checkbox"/> Consegna del prodotto <input type="checkbox"/> Salutare il cliente personalmente, se possibile, e con un saluto di commiato appropriato (ad esempio, buona permanenza, buon viaggio, ecc.)		Osservazioni / Note:				

1.1.1 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «In generale» Gloco di ruolo 1		Valutazione	0	1	2	3
Critero di valutazione 5: Gestire i clienti con professionalità Domanda guida La persona in formazione si prende cura di una gestione professionale dei clienti?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione si dimostra aperta, cortese e orientata al cliente. Attua le direttive aziendali e utilizza efficacemente i mezzi ausiliari a disposizione. Riconosce e applica ulteriori opportunità di consulenza e vendita.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una gestione professionale dei clienti (es. non attua le direttive aziendali oppure non utilizza i mezzi ausiliari a disposizione oppure non applica l'opportunità per un'ulteriore vendita).	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una gestione professionale dei clienti (es. non attua le direttive aziendali e non utilizza nessuno dei mezzi ausiliari a disposizione).	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è inutilizzabile e/o non professionale.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Comportamento aperto, amichevole e orientato al cliente <input type="checkbox"/> Implementazione dei requisiti operativi <input type="checkbox"/> Uso efficace degli strumenti disponibili <input type="checkbox"/> Riconoscere e sfruttare ulteriori opportunità di consulenza e vendita <input type="checkbox"/> Generare vendita addizionale Upsell <input type="checkbox"/> Dare la giusta importanza al cliente e alle sue esigenze		Osservazioni / Note:				

1.1.2 Relazioni con i clienti (CCO A+C) (2 Giochi di ruolo)

Situazione del cliente per i periti d'esame (Gioco di ruolo 2 - 20 Minuti)

Caso

Serie Zero sportello

Situazione del cliente per i periti d'esame (Gioco di ruolo 2 - 20 Minuti)		Caso	Serie Zero sportello
	Szenario		
Situazione iniziale	<p>Vorreste fare un viaggio a Praga con degli amici. Siete in tre e possedete tutti un abbonamento metà-prezzo.</p> <p>Il viaggio si svolgerà ad agosto (o in un altro mese opportuno). Avete flessibilità riguardo al giorno della partenza. La vacanza durerà una settimana. Per voi è importante che il viaggio sia confortevole e conveniente (flessibilità su biglietto risparmio/carrozza letti/cuccetta). Siete disposti a viaggiare sia con un collegamento diurno, sia notturno. Avete già esperienza con l'app Interrail qualora questa opzione sia più conveniente. Se vi viene offerto il servizio, sareste interessati a cambiare circa CHF 500.-.</p> <p>Ulteriori osservazioni/indicazioni/informazioni per i periti: - L'anno scorso anche vostro fratello ha viaggiato con un treno notturno. Purtroppo ha avuto un'esperienza negativa e ha dovuto fare il viaggio di rientro su un posto a sedere anziché nella carrozza letti prenotata. Cosa accade in questi casi? - Come funziona se uno dei vostri amici vuole portare con sé un cane di piccola taglia? - I biglietti possono essere sostituiti e rimborsati senza problemi? - Qual è la procedura nel caso in cui ci si faccia accompagnare da un'altra persona perché il partner è malato? - Qual è la procedura in caso di ritardo del treno?</p>		
Richieste e punto di vista del cliente	<p>Consulenza</p> <p>Possibili argomenti: <input type="checkbox"/> Informazioni sugli orari (il più possibile comodi, con pochi cambi, rapidamente sul posto) <input type="checkbox"/> Biglietti risparmio: condizioni <input type="checkbox"/> Possibilità di cambio/rimborso <input type="checkbox"/> Avete già dimestichezza con le app (anche Interrail)</p>		
Comportamento durante il colloquio	<p>Obiezioni/osservazioni del cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Buona conoscenza pregressa dei tp <input type="checkbox"/> Attenzione alla sostenibilità del viaggio</p>		
Soluzione modello	<p>Possibili conclusioni della vendita</p> <p>Prestazioni di base: <input type="checkbox"/> Il cliente può essere convinto a effettuare un viaggio con i tp <input type="checkbox"/> Portare alla conclusione della vendita <input type="checkbox"/> Offrire diverse opzioni per i biglietti <input type="checkbox"/> Il venditore conosce perfettamente le condizioni <input type="checkbox"/> Eventuali ritardi non fanno desistere il cliente dall'acquisto <input type="checkbox"/> Altro</p> <p>Prestazioni supplementari: <input type="checkbox"/> Offrire/vendere biglietti di 1a classe <input type="checkbox"/> Cambio valuta <input type="checkbox"/> SwissBankers <input type="checkbox"/> Assicurazione per i tp <input type="checkbox"/> Altro</p>		

1.1.2 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione
Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Saluto, accoglienza» Gioco di ruolo 2		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 1: Creare il primo contatto con il cliente in modo appropriato Domanda guida La persona in formazione crea in modo appropriato il primo contatto con il cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione crea in modo professionale il primo contatto con il cliente. Lo saluta in modo proattivo e cortese e gli presta tutta l'attenzione. Gestisce con abilità le situazioni critiche e crea il primo contatto con il cliente in modo appropriato al tipo di cliente che sta accogliendo.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a un primo contatto professionale con il cliente.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a un primo contatto professionale con il cliente.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione non è professionale e/o non è stata eseguita.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Piena attenzione al cliente <input type="checkbox"/> Saluto proattivo e cordiale (sorriso/contatto visivo, avvicinamento ai clienti, chiacchiere) <input type="checkbox"/> Crea un'atmosfera di fiducia (atteggiamento sicuro e calmo) <input type="checkbox"/> Apertura professionale della conversazione di vendita: ad esempio, "Cosa posso mostrarle?" <input type="checkbox"/> Come viene concepita la valutazione dei bisogni? (maggioranza di domande aperte) <input type="checkbox"/> Valutazione dei bisogni appropriata (desiderio e motivo di acquisto: cosa vuole comprare la clientela e perché?)		Osservazioni / Note:				

1.1.2 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Informazione 1» Gioco di ruolo 2		Valutazione	0	1	2	3
<p>Criterio di valutazione 2: Analizzare i bisogni del cliente e presentare soluzioni Domanda guida La persona in formazione individua (ponendo domande dettagliate) il bisogno del cliente e presenta soluzioni appropriate?</p>		Giustificazione				
<p>Realizzato pienamente: la persona in formazione individua (con domande dettagliate) il bisogno del cliente. Pone domande orientate all'obiettivo. Ascolta in modo concentrato e attento. Lascia finire di parlare il cliente. Presenta soluzioni appropriate al bisogno del cliente.</p>	3					
<p>Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a un'analisi - orientata all'obiettivo - del bisogno del cliente e rispetto a una presentazione della soluzione appropriata.</p>	2					
<p>Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a un'analisi - orientata all'obiettivo - del bisogno del cliente e rispetto a una presentazione della soluzione appropriata.</p>	1					
<p>Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona informazione è inutilizzabile e/o si discosta totalmente da un'analisi - orientata all'obiettivo - del bisogno del cliente.</p>	0					
<p>Soluzione possibile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Richiesta dettagliata delle esigenze del cliente (identificazione delle esigenze) <input type="checkbox"/> Utilizzo di domande orientate all'obiettivo e di diverse tecniche di interrogazione. <input type="checkbox"/> Ascolto concentrato, attivo e attento <input type="checkbox"/> Lasciate che il cliente finisca di parlare <input type="checkbox"/> Restringere e sintetizzare l'esigenza <input type="checkbox"/> Cercare e proporre soluzioni <input type="checkbox"/> Rispondere e gestire le obiezioni <input type="checkbox"/> Se necessario, prendere appunti 	<p>Osservazioni / Note:</p>					

1.1.2 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Informazione 2» Gioco di ruolo 2		Valutazione	0	1	2	3
 criterio di valutazione 3: Consigliare il cliente in modo convincente Domanda guida La persona in formazione consiglia in modo convincente e orientato al cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione consiglia in modo esaustivo il cliente su prodotti / servizi nonché su sviluppi e tendenze. Coinvolge il bisogno del cliente nella propria argomentazione e utilizza delle storie appropriate in modo situazionale ed effettivo. Giustifica la proposta di soluzione in modo esaustivo e con competenza professionale. Gestisce in modo costruttivo le domande di chiarimento critiche, le restituzioni di merce o i reclami del cliente riprendendoli e inserendoli in modo situazionale nella sua storia. Applica strategie appropriate allo scopo di portare il cliente a una decisione di acquisto.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una consulenza convincente e competente.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una consulenza convincente e competente.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è inutilizzabile e/o incomprensibile.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Consulenza dettagliata sulla gestione dei prodotti/servizi e sugli sviluppi e le tendenze (ad es. più mobile/online) <input type="checkbox"/> Rispondere a domande sul prodotto/servizio <input type="checkbox"/> Porre domande orientate all'obiettivo, supportando la decisione d'acquisto attraverso il contenuto dell'offerta di vendita. <input type="checkbox"/> Incorporare le esigenze del cliente nell'argomentazione <input type="checkbox"/> Gestire/elaborare le obiezioni <input type="checkbox"/> Giustificazione dettagliata ed esperta della soluzione proposta <input type="checkbox"/> Uso efficace del metodo della narrazione <input type="checkbox"/> Rispondere alle domande dei clienti e integrarle nella storia		Osservazioni / Note:				

1.1.2 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «Conclusione della vendita» Gloco di ruolo 2		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 4: Progettare professionalmente la conclusione della vendita Domanda guida Le persona in formazione esegue professionalmente la conclusione del colloquio con il cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione dimostra di saper gestire professionalmente il processo di pagamento. Tiene in considerazione sia il prodotto / il servizio acquistato sia la restituzione di merce / il reclamo. Utilizza i programmi di fidelizzazione della clientela in funzione dei desideri del cliente.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una conclusione professionale della vendita.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una conclusione professionale della vendita.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è sbagliata e/o non professionale.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Approccio professionale alla chiusura di una vendita (riconoscere il momento giusto per chiudere una vendita) <input type="checkbox"/> Gestire la decisione di acquisto del cliente <input type="checkbox"/> Considerazione del prodotto/servizio acquistato e del reso/reclamo <input type="checkbox"/> Vendite addizionali Upsell (ad es. 1a classe, servizi aggiuntivi, fidelizzazione del cliente all'azienda di trasporto pubblico) <input type="checkbox"/> Utilizzo corretto del sistema POS (avvio ed elaborazione delle transazioni di pagamento) <input type="checkbox"/> Consegna del prodotto <input type="checkbox"/> Salutare il cliente personalmente, se possibile, e con un saluto di commiato appropriato (ad esempio, buona permanenza, buon viaggio, ecc.)		Osservazioni / Note:				

1.1.2 Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti: griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative A+C «In generale» Globo di ruolo 2		Valutazione	0	1	2	3
 criterio di valutazione 5: Gestire i clienti con professionalità Domanda guida La persona in formazione si prende cura di una gestione professionale dei clienti?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione si dimostra aperta, cortese e orientata al cliente. Attua le direttive aziendali e utilizza efficacemente i mezzi ausiliari a disposizione. Riconosce e applica ulteriori opportunità di consulenza e vendita.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una gestione professionale dei clienti (es. non attua le direttive aziendali oppure non utilizza i mezzi ausiliari a disposizione oppure non applica l'opportunità per un'ulteriore vendita).	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una gestione professionale dei clienti (es. non attua le direttive aziendali e non utilizza nessuno dei mezzi ausiliari a disposizione).	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è inutilizzabile e/o non professionale.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Comportamento aperto, amichevole e orientato al cliente <input type="checkbox"/> Implementazione dei requisiti operativi <input type="checkbox"/> Uso efficace degli strumenti disponibili <input type="checkbox"/> Uso efficace degli strumenti disponibili <input type="checkbox"/> Generare ulteriori vendite <input type="checkbox"/> Sentirsi percepiti come clienti con esigenze		Osservazioni / Note:				

1.2.1 Orientamento Creazione di esperienze di acquisto (CCO E)

Colloquio impegnativo con un cliente (Gioco di ruolo - 20 Minuti\$)

Caso

Serie Zero sportello

<p>Situazione Iniziale</p>	<p>Szenario</p> <p>Avete fatto un viaggio in treno con vostro padre e avevate acquistato i biglietti per entrambi tramite l'app. Sfortunatamente non vi siete accorti che i biglietti acquistati tramite l'app Mobile sono personali e avete acquistato due biglietti a vostro nome. Si trattava di carte giornaliere risparmio per la giornata di ieri e né voi né vostro padre possedete un metà-prezzo.</p> <p>Durante il viaggio in treno, l'agente del treno è stato molto scortese e ha multato vostro padre perché non aveva il biglietto corretto. Avete proposto di pagare una carta giornaliera a prezzo normale per riparare all'errore. L'agente del treno vi ha risposto che non era possibile perché non è disponibile un'offerta del genere. Vorreste sapere se è veramente così. Non comprendete perché si sia creata questa situazione e non avete intenzione di pagare la multa. Avevate acquistato il titolo di trasporto per vostro padre con largo anticipo. Vorreste risolvere la situazione, perché ritenete che l'agente del treno sia stato molto scortese nei vostri confronti.</p> <p>Una volta risolta la situazione, vorreste porre altre domande sull'app Mobile e capire come acquistare correttamente i biglietti in futuro.</p> <p>Ulteriori osservazioni/indicazioni/informazioni per i periti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Esprimate tutto il vostro disappunto e trovate inaccettabile il modo in cui siete stati trattati sul treno - Volete sapere dove potete presentare un reclamo per il trattamento inadeguato che avete subito - Vi aspettate di ricevere un lauto indennizzo - Volete sapere come acquistare correttamente i biglietti d'ora in avanti - Perché non sono disponibili carte giornaliere a prezzo normale senza metà-prezzo?
<p>Richieste e punto di vista del cliente</p>	<p>Consulenza</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Provate una forte delusione <input type="checkbox"/> Vi piacerebbe davvero viaggiare con i tp
<p>Comportamento durante il colloquio</p>	<p>Obiezioni/osservazioni del cliente/situazione complessa</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mostrate un atteggiamento determinato ed esigente ma anche collaborativo <input type="checkbox"/> Accettate proposte di soluzioni ragionevoli
<p>Soluzione modello</p>	<p>La situazione di sfida viene gestita come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Risponde al cliente <input type="checkbox"/> Si scusa con il cliente con sincera partecipazione. <input type="checkbox"/> Può convincere il cliente a continuare a usare il trasporto pubblico per le sue vacanze.

1.2.1 Orientamento Creazione di esperienze di acquisto (CCO E) griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative E: «Colloquio impegnativo con un cliente»		Valutazione	0	2	4	6
Criterio di valutazione 1: Proporre possibili soluzioni appropriate Domanda guida In una situazione impegnativa con un cliente la persona in formazione propone possibili soluzioni appropriate?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione sviluppa possibili soluzioni appropriate coinvolgendo tutti i mezzi d'informazione a disposizione. Propone una soluzione in armonia con le linee guida aziendali e nell'ambito delle sue competenze. Giustifica la proposta in modo comprensibile e condivisibile.	6					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a un' appropriata procedura di soluzione.	4					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a un' appropriata procedura di soluzione.	2					
Sbagliato / non eseguito: la soluzione della persona in formazione è inutilizzabile e/o non professionale.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Applicazione dei modelli di consulenza e vendita pertinenti <input type="checkbox"/> Sviluppo di possibili soluzioni utilizzando tutte le risorse informative disponibili (ricerca di prodotti e servizi utilizzando fonti informative specifiche del settore) <input type="checkbox"/> Offrire una soluzione coerente nell'ambito delle linee guida aziendali e delle proprie competenze. <input type="checkbox"/> Giustificazione comprensibile della soluzione proposta	Osservazioni / Note:					

1.2.1 Orientamento Creazione di esperienze di acquisto (CCO E) griglia di valutazione

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze E «Colloquio impegnativo con un cliente»		Valutazione	0	2	4	6
 criterio di valutazione 2: Creare un'esperienza di acquisto Domanda guida La persona in formazione crea un'esperienza di acquisto in una situazione difficile con un cliente?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione crea un'esperienza positiva di acquisto procurandosi il punto di vista del proprio interlocutore nella situazione difficile. Mantiene la conduzione del colloquio, crea sicurezza nel cliente e lo sorprende positivamente.	6					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a un'esperienza di acquisto professionale.	4					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a un'esperienza di acquisto professionale.	2					
Sbagliato / non eseguito: il comportamento della persona in formazione è inutilizzabile e/o non professionale.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> L'allievo accetta le critiche in modo oggettivo e mostra comprensione, risponde ai clienti e gestisce il dialogo <input type="checkbox"/> Ottenere il punto di vista dell'altro e chiarire le ragioni del suo comportamento. <input type="checkbox"/> Azione orientata alla soluzione e al cliente <input type="checkbox"/> Presentare una soluzione adeguata e creare valore aggiunto (esperienza di acquisto) <input type="checkbox"/> Può sorprendere positivamente il cliente (non necessariamente attraverso un rimborso)		Osservazioni / Note:				

1.2.2 Orientamento Creazione di esperienze di acquisto - Compito pratico (CCO E)		Caso	Serie Zero sportello
Compito pratico -> 10 Min. (Preparazione da parte degli allievi: 5 minuti; presentazione da parte degli allievi: 5 minuti)			
Compiti pratici (sceglierne 1 di 2)	Compito pratico 2: «Eventi per clienti / promozioni di vendita»		
Situazione iniziale	Compito pratico 2: Vi è stato affidato il compito di progettare una promozione di vendita per un prodotto. Il vostro prodotto è La promozione ha lo scopo di promuovere le vendite per aumentare l'analisi dei dati di vendita. Cosa fate?		il metà-prezzo
Definizione dei compiti per le persone in formazione	Compito pratico 2: Spiegate le vostre idee per la promozione delle vendite. Pianificate gli elementi di uno specifico progetto di promozione delle vendite e spiegate le vostre idee in merito. Infine, valutate le opportunità e i rischi della vostra idea e prendete in considerazione eventuali misure di miglioramento.		
Quadro temporale / organizzazione	Svolgimento dell'attività pratica: 10 minuti (preparazione da parte degli allievi: 5 minuti; presentazione da parte degli allievi: 5 minuti)		
Indicazioni	<input type="radio"/> Rivolgersi al segmento di clientela specificato. <input type="radio"/> Utilizzare gli strumenti disponibili.		
Soluzione modello	La persona in formazione ha idee per la promozione del metà-prezzo. Riconosce come poter vendere più metà-prezzi. Per le domande chiave, vedere la griglia della data di valuta.		

1.2.2 Orientamento Creazione di esperienze di acquisto - Compito pratico (CCO E)						
Caso : Serie Zero sportello						
Campo di competenze operative E Compito pratico «Eventi per clienti / promozioni di vendita»		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 1: Procedere in modo appropriato Domanda guida La procedura illustrata è appropriata per entusiasmare il segmento di clienti mirato, per fidelizzarlo e per consolidare i rapporti con i clienti?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione propone una procedura appropriata. La procedura comprende metodi appropriati per fidelizzare la clientela. La procedura si rivolge al segmento di clienti definito.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una procedura appropriata.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una procedura appropriata.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è inutilizzabile e/o non appropriata.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Quale sarebbe l'approccio adatto per organizzare un evento per i clienti o una promozione delle vendite o un'esperienza mondiale per il servizio/prodotto specificato? <input type="checkbox"/> Quali metodi di fidelizzazione dei clienti dovrebbe includere nella procedura? <input type="checkbox"/> Quale approccio è adatto al segmento della clientela target?		Osservazioni / Note:				

1.2.2 Orientamento Creazione di esperienze di acquisto - Compito pratico (CCO E)

Caso : Serie Zero sportello

Campo di competenze operative E		Valutazione	0	1	2	3
Compito pratico «Eventi per clienti / promozioni di vendita»		Giustificazione				
Criterio di valutazione 2: Valutare un'esperienza di acquisto Domanda guida La persona in formazione valuta in modo pertinente il successo della procedura proposta?						
Realizzato pienamente: La persona in formazione valuta in modo pertinente l'attuazione della sua idea. La persona in formazione si crea una visione d'insieme delle opportunità e dei rischi della procedura. Dalla propria valutazione deduce / ricava misure appropriate.	3					
Realizzato / piccole lacune: la prestazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una valutazione applicabile.	2					
Carente: la prestazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una valutazione applicabile.	1					
Sbagliato / non eseguito: la prestazione della persona in formazione è inutilizzabile e/o non applicabile.	0					
Soluzione possibile: <input type="checkbox"/> Giustificare le opportunità dell'evento per il cliente o della promozione delle vendite o del mondo dell'esperienza. <input type="checkbox"/> Giustificare i rischi dell'evento per i clienti, della promozione delle vendite o dell'esperienza. <input type="checkbox"/> Le misure di ottimizzazione che l'apprendista dovrebbe ricavare se necessario sono giustificate in modo comprensibile.	Osservazioni / Note:					

<p>1.3 Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B) Analizzare una presentazione di merce risp. servizi già allestita ---> (Note da parte dei partecipanti: 5 minuti; presentazione dei risultati e delle domande: 10 minuti, alla fine 5 minuti per le domande sulle situazioni critiche). Questa pagina viene consegnata al discente.</p>		
Situazione iniziale	Valutare l'attuale focus pubblicitario. A quale gruppo target volete rivolgervi e cosa trovate di positivo e di negativo?	
Definizione dei compiti per le persone in formazione	Compito parziale 1:	Analizzare la presentazione di beni e servizi in relazione ai seguenti aspetti: <ul style="list-style-type: none"> o Punti di forza e punti deboli o Gruppo target a cui ci si rivolge o Possibile obiettivo della presentazione di beni o servizi
	Compito parziale 2:	Annotate le opportunità di miglioramento che vedete nella presentazione di beni e servizi.
	Compito parziale 3:	Presentate oralmente i risultati della vostra analisi e motivate le vostre risposte.
Quadro temporale / organizzazione	Conduzione della discussione tecnica: 20 minuti (appunti del discente: 5 minuti; presentazione dei risultati e delle domande: 10 minuti; trattazione di una o più situazioni critiche: 5 minuti).	
Indicazioni	È possibile prendere appunti durante l'analisi.	



1.3 Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B)
Colloquio professionale

Indicazioni per i periti d'esame

- La soluzione modello non va considerata come unica soluzione giusta, ma solamente come orientamento per la valutazione.
- Un perito pone le domande mentre il secondo verbalizza le risposte delle persone in formazione.
- Per ciascun blocco deve essere posta almeno una domanda ma, se possibile, si possono porre anche più domande.

1.3.1 Possibili domande di concretizzazione		Soluzione
1.3.1.1 Quali informazioni fondamentali sul prodotto o il servizio contiene questa presentazione di prodotti e servizi? Quali informazioni sono invece eventualmente mancanti?	5'	<i>Di quale argomento si tratta. In questo caso, carta giornaliera per 2: viaggiare in coppia sul territorio svizzero in una giornata. / Il prezzo (CHF 79.-), il periodo di validità (fino al 23 ottobre 2023). Nella pubblicità mancano: l'informazione che una persona deve essere in possesso di un metà-prezzo; il prezzo per la 1a classe.</i>
1.3.1.2 Quali misure sono state adottate per orientare la presentazione di prodotti e servizi al gruppo target?		<i>Immagine che mostra due persone. Voglia di condividere un'avventura.</i>
1.3.1.3 Quali prodotti/supporti/mezzi ausiliari sono stati utilizzati per questa presentazione di prodotti e servizi? Quale scopo adempiono?		<i>Schermo, online, grandi pannelli pubblicitari, volantini ecc. (elenco non esaustivo e non adatto ad ogni promozione).</i>
1.3.2 Possibili domande di giustificazione		Soluzione
1.3.2.1 Prospettive: cercando di adottare il punto di vista del cliente, quali critiche avreste sulla presentazione?	5'	<i>L'immagine non ha nulla a che fare con i trasporti pubblici. Sarebbe anomalo che due persone saltassero attraverso un buco nel muro.</i>
1.3.2.2 Perché nel cartellone vedete un punto debole della presentazione di prodotti e servizi? Obbligatorio		<i>Non è evidente la correlazione con una gita a bordo dei tp. Si vedono solo due persone che vanno in giro insieme.</i>
1.3.2.3 Perché una presentazione su un cartellone in questo caso è più efficace di una presentazione su volantino?		<i>Anche quando si consegna un volantino, non è detto che venga letto. Un cartellone colpisce immediatamente lo sguardo. I clienti possono leggerlo, per esempio mentre sono in attesa.</i>
1.3.3 Possibili domande su situazioni critiche		Soluzione
1.3.3.1 In che modo la pubblicità di questo prodotto/servizio favorisce il raggiungimento degli obiettivi dell'impresa?	5'	<i>Questo prodotto suscita entusiasmo e motiva le persone che non hanno l'abitudine di utilizzare tp a fare una gita di un giorno a bordo dei tp. Ciò dovrebbe incrementare il numero di viaggiatori, gli introiti e anche le vendite di metà-prezzo, in quanto insieme a questa carta viene consegnato un buono per il metà-prezzo.</i>
1.3.3.2 Quando ricevete la merce, vi accorgete che il cartellone è rotto.		<i>Contatto subito il reparto marketing e faccio in modo che ci venga consegnato il prima possibile un nuovo cartellone. Eventualmente è anche possibile ripararlo in qualche modo sul posto (incollandolo), per poterlo utilizzare finché non arriverà quello nuovo.</i>
1.3.3.3 Come si potrebbero migliorare ulteriormente il prodotto o la relativa pubblicità?		<i>Possibili risposte individuali a domanda individuale.</i>

1.3 Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B)

Campo di competenze operative B: «Presentazione di merce risp. servizi»		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 1: Presentare in modo orientato ai clienti Domanda guida La persona in formazione presenta la merce risp. i servizi in modo orientato ai clienti?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione presenta la merce risp. i servizi in modo pertinente e condivisibile. Struttura in modo logico la presentazione. Presenta la merce risp. i servizi con convinzione ed entusiasmo.	3					
Realizzato / piccole lacune: la presentazione della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto a una presentazione orientata ai clienti.	2					
Carente: la presentazione della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto a una presentazione orientata ai clienti.	1					
Sbagliato / non eseguito: la presentazione si discosta totalmente da una presentazione orientata ai clienti.	0					
Domanda/e di concretizzazione selezionata/e: <input type="checkbox"/> 1.3.1.1 Quali informazioni importanti sul prodotto sono contenute nella presentazione del prodotto? Quali informazioni pensate che manchino? <input type="checkbox"/> 1.3.1.2 Quali misure sono state adottate per orientare la presentazione di beni e servizi al gruppo target? <input type="checkbox"/> 1.3.1.3 Quali prodotti/portatori di merci/aiuti sono stati utilizzati per questa presentazione di merci o servizi? Che scopo hanno?		Osservazioni / Note:				

1.3 Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B)						
Campo di competenze operative B «Presentazione di merce risp. servizi»		Valutazione	0	1	2	3
 criterio di valutazione 2: Preparare la presentazione Domanda guida La procedura che la persona in formazione applica mentre pianifica e prepara la presentazione di merce risp. servizi è efficace?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione risponde in modo professionalmente corretto alle domande sulla pianificazione e preparazione della presentazione di merce risp. servizi. Le dichiarazioni sono comprensibili e condivisibili.	3					
Realizzato / piccole lacune: le risposte presentano piccole differenze rispetto alla risposta professionalmente corretta.	2					
Carente: le risposte presentano grandi differenze rispetto alla risposta professionalmente corretta.	1					
Sbagliato / non eseguito: le risposte sono inutilizzabili e/o incomprensibili.	0					
Domande selezionate di giustificazione: <input type="checkbox"/> 1.3.2.1 Prospettive: se provate ad assumere la prospettiva del cliente, quale valutazione critica daresti alla presentazione? <input type="checkbox"/> 1.3.2.3 Perché in questo caso ha più senso la presentazione di un poster piuttosto che di una Presentazione del volantino?		Osservazioni / Note:				

1.3 Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B)

Campo di competenze operative B «Presentazione di merce risp. servizi»		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 3: Giustificare la procedura in modo comprensibile e condivisibile Domanda guida La persona in formazione giustifica la sua procedura mentre prepara e attua la presentazione di merce risp. servizi in modo comprensibile, condivisibile e professionalmente solido?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: le giustificazioni della persona in formazione sono comprensibili e condivisibili. La persona in formazione argomenta in modo professionalmente solido. Gli argomenti sono formulati in modo comprensibile e proposti in modo strutturato.	3					
Realizzato / piccole lacune: le giustificazioni della persona in formazione presentano piccole differenze rispetto alla giustificazione condivisibile e professionalmente solida.	2					
Carente: le giustificazioni della persona in formazione presentano grandi differenze rispetto alla giustificazione condivisibile e professionalmente solida.	1					
Sbagliato / non eseguito: le giustificazioni della persona in formazione sono inutilizzabili e si discostano totalmente da una giustificazione condivisibile e professionalmente solida.	0					
Domanda di giustificazione: <input type="checkbox"/> 1.3.2.2 Perché ritiene che il manifesto sia uno dei punti deboli della presentazione di beni e servizi?		<u>Osservazioni / Note:</u>				

1.3 Opzione 2 Gestione e presentazione di prodotti e servizi (CCO B)						
Campo di competenze operative B «Presentazione di merce risp. servizi»		Valutazione	0	1	2	3
Criterio di valutazione 4: Procedere in modo plausibile nelle situazioni critiche Domanda guida La persona in formazione spiega una procedura plausibile nelle situazioni critiche descritte?		Giustificazione				
Realizzato pienamente: la persona in formazione descrive i punti centrali di una procedura professionale nelle situazioni critiche. La procedura è giustificata in modo condivisibile. La successione delle singole fasi procedurali è pertinente.	3					
Realizzato / piccole lacune: la risposta della persona in formazione presenta piccole differenze rispetto alla risposta completa.	2					
Carente: la risposta della persona in formazione presenta grandi differenze rispetto alla risposta completa.	1					
Sbagliato / non eseguito: la risposta della persona in formazione è inutilizzabile e si discosta totalmente dalla risposta completa.	0					
Domande su situazioni critiche: <input type="checkbox"/> 1.3.3.1 La direzione del vostro settore ha deciso di tagliare il 10% dei costi del vostro reparto. <input type="checkbox"/> 1.3.3.2 Al ricevimento della merce, vi rendete conto che il poster è rotto. <input type="checkbox"/> 1.3.3.3 Durante l'ascolto mi è venuta in mente la seguente idea: "Supponiamo che vi suggerisca di omettere la fase X o il prodotto Y". (creare individualmente per ogni conversazione)		Osservazioni / Note:				

