Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 promarket@spiruharet.ro
021.455.1722 www.promarket.spiruharet.ro

CONSILIERE ON-LINE
PENTRU MESERIA DE AGENT VÂNZĂRI DISTRIBUŢIE

I.Segmentele activităţii comerciale

Activitatea comercială (de vânzare produse sau mărfuri) are următoarele segmente:
-importul sau achiziţia intra-comunitară;
-distribuţia (comerţul en-gross sau cu ridicata);
-comerţul en detail (cu amănuntul).
Distribuţia prezintă următoarele caracteristici:

- achiziţia este de la un producător local (naţional), de la o unitate care face achiziţii intra-comunitare sau de la un importator;
- vânzarea este către alt comerciant, vânzător en-detail (cu amănuntul) sau, ca excepţie, la firme direct consumatoare (care au un consum ocazional mare);

II. Particularităţi ale vânzării en-gross (distribuţie)

2.1 Deosebiri între vânzarea en-gross (distribuţie) şi import/achiziţie intracomunitară:

a) din punct de vedere al autorizării
- Importul sau achiziţia intra-comunitară presupune un regim de autorizare (certificare) mai ridicat; în mod deosebit importul este supus unui control special al autorităţilor publice;
- Distribuţia intră în categoria operaţiunilor clasice de comerţ; numai la anumite categorii nominalizate este necesară autorizarea, dar acesta se aplică pe întreg lanţul comercial (produse din lemn, produse purtătoare de accize, etc);

b) din punct de vedere al riscului valutar
- importul şi achiziţia intra-comunitară din ţări cu altă monedă decât cea naţională generează risc valutar (schimbarea cursului de schimb între data contractării cumpărării şi data contractării vânzării mărfurilor sau produselor);
- distribuţia nu generează risc valutar dacă preţurile sunt calculate, aşa cum se întâmplă în marea majoritate a cazurilor, în moneda naţională.

2.2.Deosebiri între vânzarea en-gros (distribuţie) şi vânzarea en-detail (cu amănuntul)
a.Cantităţile care fac obiectul vânzării
- la vânzare en-gross (distribuţie) sunt cantităţi mai mari;
-la vânzarea cu amănuntul sunt vânzări mai mici;
b.Cumpărătorul
-la distribuţie - de regulă firme;
-la vânzare cu amănuntul - de regulă cetăţeni;
c.Posibilitate de negociere preţ

Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, Bucureşti, sect. 2 promarket@spiruharet.ro
021.455.1722 www.promarket.spiruharet.ro

-la vânzare cu amănuntul nu este posibil de negociat preţul; sunt aplicabile în România regulile concurenţei oneste (preţ mai mare decât costul de achiziţie cu excepţia cazurilor expres nominalizate în lege);
-la vânzările en-gross este posibilă negocierea;
d.Locul de vânzare
-la vânzarea cu amănuntul locul de vânzare este de regulă la sediul (principal sau secundar) al vânzătorului;
-la vânzarea en-gross vânzarea poate să fie atât la sediul vânzătorului cât ţi al cumpărătorului; tinde să crească tot mai mult ponderea vânzărilor în regim de distribuţie la sediul cumpărătorului.

III. Calităţi cerute pentru un agent de vânzare distribuţie

1. Tehnici de promovare a produselor;
2. Abilităţi de negociere comercială;
3. Cunoştinţe tehnice şi de utilizare privind produsul vândut;
4. Carnet de conducere auto şi capacitate de a se descurca rapid în spaţii necunoscute;
5. Cunoştinţe privind tehnicile de plată şi efectele de comerţ;
6. Noţiuni elementare de drept bancar;
7. Curaj în luarea deciziilor privind preţul şi termenul de plată;
8. Noţiuni elementare de contabilitate (regimul documenteor justificative);
9. Pregătire avansată în ceea ce priveşte calculaţia costurilor (pentru calcul reduceri de preţ la comenzi mari);
10. Intuiţie în privinţa calităţii umane a partenerului de negociere (cât este de serios, câtă încredere poate să-i fie acordată).

IV.Încadrarea meseriei în Clasificaţia Ocupaţiilor din România (C.O.R.)

4.1 Treapta de vârf a meseriei presupune funcţii de conducere în firmă. Poate fi obţinută o astfel de încadrare în cazul firmelor mai mici sau ca recunoaştere a valorii profesionale. Codurile COR sunt prezentate în continuare.

122 Conducători în domeniul vânzări, marketing şi dezvoltare
Conducătorii din domeniul vânzări, marketing şi dezvoltare planifică, organizează, controlează direct şi coordonează activităţile de publicitate, relaţii publice, cercetare şi dezvoltare, precum şi activităţile de vânzare şi marketing ale întreprinderilor şi organizaţiilor sau ale întreprinderilor care furnizează astfel de servicii pentru alte organizaţii ori întreprinderi.
1221 Conducători în domeniul vânzări şi marketing
Conducătorii din domeniul vânzări şi marketing planifică, coordonează direct activităţile de vânzare şi marketing ale unei întreprinderi sau organizaţii ori ale întreprinderilor care furnizează servicii de vânzări şi marketing pentru alte organizaţii sau întreprinderi.
122101 şef serviciu marketing
122102 şef birou marketing

Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 promarket@spiruharet.ro
021.455.1722 www.promarket.spiruharet.ro

122103 şef licitaţie
122104 director operaţii tranzacţii
122105 şef casă compensaţie
122106 şef agenţie bursieră
122107 manager marketing (tarife, contracte, achiziţii)
122108 conducător firmă mică - patron (girant) în afaceri, intermedieri şi alte servicii comerciale.

4.2 Treapta de execuţie include domeniul vânzărilor alături de marketing şi relaţii publice. Codurile COR sunt prezentate în continuare.

243 Specialişti în vânzări, marketing şi relaţii publice
Specialiştii în vânzări, marketing şi relaţii publice planifică, dezvoltă, coordonează şi implementează programe de diseminare a informaţiei pentru a promova organizaţiile, bunurile şi serviciile şi reprezintă companiile în activitatea de vânzare a unor game de produse şi servicii tehnice, industriale, medicale, farmaceutice şi de tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor.
2431 Specialişti în publicitate şi marketing
Specialiştii în publicitate şi marketing dezvoltă şi coordonează strategiile şi campaniile de publicitate, realizează lansarea pe piaţă de noi bunuri şi servicii, identifică şi dezvoltă oportunităţile de piaţă pentru produsele şi serviciile noi, precum şi pentru cele deja existente.
243101 - art director publicitate (studii medii)
243102 organizator activitate turism (studii superioare)
243103 specialist marketing
243104 manager de produs
2432 Specialişti în relaţii publice
Specialiştii în relaţii publice planifică, dezvoltă, implementează şi evaluează strategiile de informare şi comunicare care asigură înţelegerea şi imaginea favorabilă cu privire la companii şi alte organizaţii, bunurile şi serviciile acestora, rolul lor în cadrul comunităţii.
243201 specialist în relaţii publice
243202 mediator
243203 referent de specialitate marketing
243204 specialist protocol şi ceremonial
243205 consultant cameral
243206 purtător de cuvânt
243207 brand manager
243208 organizator protocol
243209 organizator relaţii
243210 organizator târguri şi expoziţii
243211 prezentator expoziţii
243212 specialist relaţii sociale
243213 expert relaţii externe
243214 curier diplomatic
243215 specialist garanţii auto
243216 analist servicii client

Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 promarket@spiruharet.ro
021.455.1722 www.promarket.spiruharet.ro

243217 asistent director/responsabil de funcţiune (studii superioare)
243218 corespondent comercial
243219 asistent comercial
243220 specialist în activitatea de lobby
2433 Specialişti în vânzarea de produse tehnice şi medicale (exclusiv TIC)
Specialiştii în vânzarea de produse tehnice şi medicale (exclusiv TIC) reprezintă companiile în vânzarea unei game de produse şi servicii industriale, medicale şi farmaceutice, servicii către unităţi industriale, de afaceri, profesionale şi de altă natură.
243301 analist cumpărări/consultant furnizori
243302 reprezentant medical
2434 Specialişti în vânzarea produselor de tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor
Specialiştii în vânzarea produselor de tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor (TIC) se ocupă cu activitatea de vânzare cu ridicata a componentelor de calculator, a programelor de calculator şi a altor bunuri şi servicii privind tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor, inclusiv echipamentele, şi furnizează informaţii specializate, în funcţie de cerinţe.
25 Specialişti în tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor
Specialiştii în tehnologia informaţiei şi comunicaţiilor efectuează cercetări, planifică, proiectează, testează, furnizează consiliere şi îmbunătăţesc sistemele de tehnologia informaţiei, componentele de calculator (hardware, software), programele informatice şi conceptele conexe pentru aplicaţii informatice specifice, elaborează documentaţia corespunzătoare, incluzând principiile, politicile şi procedurile, proiectează, dezvoltă, controlează, menţin şi sprijină bazele de date şi alte sisteme de informaţii, pentru a asigura o performanţă optimă, precum şi integritatea şi securitatea datelor.

V. Modul de pregătire formală şi informală pentru meseria de agent vânzări distribuţie

1.Tehnicile de promovare a produselor se divid în:
a) tehnici generale- studiate la specializarea marketing a facultăţilor cu profil economic;
b)tehnici speciifce grupei de produse care face obiectul vânzării- studii aprofundate sau masterale de marketing, cursuri specifice de instruire, experienţa anterioară a organizaţiei sau a unor organizaţii cu profil similar;
2.Abilităţile de negociere comercială- studiu la specializarea marketing licenţă şi masterat, cursuri de specializare pentru categoria respectivă de produse;
3. Cunoştinţe tehnice şi de utilizare privind produsul vândut- instruire specifică la locul de muncă, elemente de cultură tehnică generală;
4. Carnet de conducere auto şi capacitate de a se descurca rapid în spaţii necunoscute- Şcoala de şoferi amatori sau profesionişti, experienţă suficient de mare în calitate de şofer amator (număr kilometri parcurşi în zone diferite sau pe trasee diferite;
5.Cunoştinţe privind tehnicile de plată şi efectele de comerţ- fac parte din pregătirea economică de bază la orice specializare cu profil economic;
6. Noţiuni elementare de drept bancar- fac parte din pregătirea economică de bază la orice specializare cu profil economic;
7. Curaj în luarea deciziilor privind preţul şi termenul de plată- formarea personalităţii în mediu formal sau informal, de regulă susţinută numai de o pregătire solidă la toate

Str. Italiană, nr. 28, mansardă, cam.3, București, sect. 2 promarket@spiruharet.ro
021.455.1722 www.promarket.spiruharet.ro

capitolele şi de un parcurs profesional în care a funcţionat autonomia decizională chiar şi limitată;

8. Noţiuni elementare de contabilitate (regimul documenteor justificative)- fac parte din pregătirea economică de bază la orice specializare cu profil economic;

9. Pregătire avansată în ceea ce priveşte calculaţia costurilor (pentru calcul reduceri de preţ la comenzi mari)- cunoştinţe generale dobândite la specializarea marketing sau contabilitate plus aprofundarea sistemului informaţional al firmei proprii, inclusiv caracteristici ale produselor şi ale fluxului de aprovizionare-desfacere;

10.Intuiţie în privinţa calităţii umane a partenerului de negociere (cât este de serios, câtă încredere poate să-i fie acordată)- se formează prin experienţă sau este dobândită nativ; pe cale formală pot fi identificate numai cazuri limită.