



VALUTAZIONE DI STAGE A CURA DELL'AZIENDA

Nome e Cognome del tirocinante: ALESSIA PANNELLA

Nato/a il:

Area/funzione aziendale: SALES SERVICES

Nome e Cognome, posizione aziendale del tutor: LUCA VALENTINI

Periodo di svolgimento dello stage/laboratorio Set-Dic 19

Durata in mesi:

VALUTAZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO STAGE / LABORATORIO

Indicatori di valutazione

voto in decimi

Puntualità	10	10
Operosità/senso di responsabilità	9	10
Senso pratico	9	10
Socievolezza/relazioni con colleghi e superiori	9	10
Capacità di lavorare in gruppo	8	10
Disponibilità all'ascolto e all'apprendimento	8	10
Motivazione	8	10
Comprensione delle attività dell'area	8	10
Capacità di analisi e spirito critico	7	10
Capacità di sintesi	7	10
Capacità di decisione e spirito di iniziativa	7	10
Interesse/curiosità per le attività svolte	7	10
Disponibilità a modificare le proprie idee	7	10
Autonomia nello svolgimento dei compiti assegnati	7	10
Utilizzo di metodo di lavoro/di gestione del tempo	7	10
Livello di conoscenze tecniche di base	7	10
Livello di conoscenze tecniche acquisite	7	10
Livello di efficienza raggiunto	8	10
VOTO FINALE (MEDIA)	8,2	10

NOTE

Eventuali aspetti positivi/negativi emersi in modo particolare e degni di nota

Data

Firma tutor aziendale

7/4/2020



[Handwritten signature]

PROVA DI FINE STAGE

MSC CROCIERE SPA

Data:

20-01-2020

Nome e Cognome del tirocinante: ALESSIA PANNELLA

DOMANDA 1: Perché è necessario un aggiornamento costante dell'anagrafica di un Tour Operator, al fine di ottimizzarne l'efficienza e l'efficacia?

Mantenere un'anagrafica sempre pulita, completa e aggiornata è fondamentale per consentire il buon funzionamento operativo dei reparti che lavorano in azienda, le cui mansioni sono spesso interconnesse; anche un solo dato errato può comportare un dispendio di tempi e di costi.

Pertanto, è importante capire cosa una registrazione errata possa comportare, a partire dai dati anagrafici primari quali numero di telefono, indirizzo sede operativa e indirizzo e-mail:

- **NUMERO DI TELEFONO E INDIRIZZO E-MAIL:** sono i canali diretti e immediati per comunicare con le agenzie. Inoltre, l'agenzia riceve i documenti di viaggio dei passeggeri via e-mail. L'indirizzo errato comporta il mancato recapito dei ticket.

- **INDIRIZZO SEDE OPERATIVA:** essenziale affinché l'account sales possa effettuare le sue visite periodiche per fornire assistenza all'agenzia e, soprattutto, per l'invio di cataloghi, poster e di tutto il materiale pubblicitario necessario.

Gli altri dati che completano il quadro anagrafico di un'agenzia sono quelli legati alla contabilità e alla fatturazione:

- **SEDE LEGALE E P. IVA:** un indirizzo non esatto, un codice fiscale/partita IVA errati, o un dato mancante possono portare a problemi e rallentamenti nella fatturazione.

Firma del tirocinante

Alessia Pannella



PUNTEGGIO:

0 (senza risposta); 1 (insufficiente); 2 (quasi sufficiente); 3 (sufficiente); 4 (buono); 5 (ottimo)

NOTE:

Firma del tutor

- COORDINATE BANCARIE (IBAN - INTERSTATARIO DEL CONTO - BIC / SWIFT): sono elementi senza i quali non sarebbe possibile il versamento delle commissioni maturate dall'agenzia.

Ancora, da tenere sempre aggiornati sono:

- il CLUSTER di appartenenza (Gold - Black - Friend - Platinum), per l'invio del giusto contratto e l'individuazione della giusta commissione. La clusterizzazione standard prevede una commissione del 10% (provvigione base), ma in base al fatturato questa può variare. Se l'adv ha fatturato di più rispetto all'anno precedente, ~~per esempio~~ e la commissione non è stata aggiornata (es. al 15%), chiaramente non ne potrà beneficiare.

APPARTENENZA AL NETWORK: un network è una rete di più agenzie che hanno stesse condizioni contrattuali. Esistono molteplici NETWORK, ognuno con le proprie agevolazioni (es. bonus sulle commissioni). A seconda dell'appartenenza o meno ad un NETWORK, o ad un NETWORK piuttosto che ad un altro, all'adv spettano dei benefici. Per questo ne è importante l'aggiornamento, seguito controllo annuale della reportistica: controllo bilaterale tra l'ufficio anagrafica e i vari NETWORK per verificare l'effettiva appartenenza delle agenzie, ed apportare le dovute correzioni.

Nome e Cognome del tirocinante: ALESSIA PANNELLA

DOMANDA 2: L'importanza della figura dell'account sales. Ruolo e funzioni.

L'Account Sales è una figura commerciale che ha come ruolo quello di gestire e mantenere i rapporti commerciali con i clienti/fornitori, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati dall'azienda per cui lavora, aumentandone il fatturato.

Nel caso specifico di MSC Crociere, per "fornitori" si intendono agenzie di viaggi e tour operators, principali canali di vendita del prodotto.

Ogni A.S. fa capo, oltre al direttore commerciale, in prima persona, al proprio area manager, ed è destinato ad una specifica area geografica, costituendo un punto di riferimento per ogni agenzia che vi rientra.

È una figura ~~diversa~~ con molteplici funzioni:

- Si sposta molto sul territorio, in base all'area geografica di competenza, ma deve anche garantire una presenza stabile all'interno dell'azienda (dove deve presenziare, in genere, almeno un giorno a settimana).
- Rappresenta l'azienda e cura le relazioni con le nuove adv e con quelle già fidelizzate.
- Valuta il potenziale crocieristico delle nuove adv.
- Fa da intermediario, fornisce consulenza e formazione costante sulle nuove iniziative sui nuovi prodotti (es: varo di nuove navi, iniziative eco sostenibili intraprese dall'azienda, eventi, ecc.).

Firma del tirocinante

**PUNTEGGIO:**

0 (senza risposta); 1 (insufficiente); 2 (quasi sufficiente); 3 (sufficiente); 4 (buono); 5 (ottimo)

NOTE:

Firma del tutor

- Raccoglie i feedback da parte delle ad, ne individua i punti di forza ed eventuali debolezze, e definisce azioni specifiche di miglioramento (es. spingere determinate partenze);
- Misura i risultati di vendita e il raggiungimento degli obiettivi aziendali;
- Prepara report sulla situazione produttiva di ogni singola agenzia.