



# Professionista Del Dato

## Area Marketing e Vendita

**Le 9 Domande fondamentali da fare  
se cerchi un Professionista del Dato  
nell'area Marketing e Vendita**

Ciao, e complimenti per aver scaricato questa Guida, che ti insegnerà a selezionare Professionista del Dato o Sales & Marketing Analyst.

Se hai scaricato questo documento vuol dire che sei già consapevole dell'importanza di questa figura nello staff aziendale, sia che venga ricoperta da un'agenzia esterna sia che venga gestita con dipendenti aziendali.

**Il professionista del dato nell'area Marketing e Vendita è una figura simile ad un Sales and Marketing Analyst.**

Tecnicamente, rispetto a questa figura che gestisce principalmente i dati provenienti da gestionali aziendali, il professionista del dato gestisce tutto il flusso dei dati, dal recupero degli stessi all'output, terminando con l'eventuale training di una figura di back up.

Questa figura è preposta a verificare numericamente l'andamento delle decisioni strategiche prese e dare indicazioni su decisioni da prendere nel tempo, legittimando o meno il lavoro svolto ed indicando possibili criticità da gestire al fine di raddrizzare scelte già in fase di esecuzione.

In questa guida trovate le **domande fondamentali da fare** se state cercando un Professionista del dato nell'area Marketing e Vendita.

Lo scopo è quello di individuare se il candidato possiede i requisiti minimi per proporsi come un esperto di raccolta, elaborazione ed invio di dati aziendali, sia all'interno sia all'esterno.

Dopo aver letto questa guida, **non sarà più necessario fare domande del tipo?**

- 1) *Perché avete scelto la nostra azienda?* La risposta naturale sarebbe “Ho inviato migliaia di curriculum e mi avete chiamato, c’è crisi!”. Visto che difficilmente vi risponderanno con questa schiettezza, vi sentirete dire dal candidato che ha sempre sognato di lavorare in una azienda come la vostra!

Un altro esempio?

- 2) *Perché ha risposto per questa posizione?* Forse perché so fare questo lavoro? Perché ho maturato già esperienza?

Si potrebbe andare avanti all’infinito, facendo domande e risposte preparate a tavolino da entrambe le parti per concludere poco o niente!

Per capire quali sono le domande da fare il primo passo è **verificare quali requisiti** deve avere questa figura ed eventualmente il livello richiesto.

**Un esperto di dati** deve possedere queste skills:

- 1) Passione per i numeri
- 2) Precisione e qualità
- 3) Doti Relazionali-comunicative
- 4) Padronanza tecnica degli strumenti per raccogliere, elaborare e condividere i dati
- 5) Sintetico e schematico
- 6) Riservatezza e sicurezza dei dati
- 7) Proattivo
- 8) Conoscenza di base dell’inglese
- 9) Aggiornamento degli skills

Ora che conosci quali sono gli skills di cui ha bisogno un Professionista del dato, vediamo di capire se il futuro candidato né è in possesso e con quale livello.

- 1) **La passione per i numeri è qualcosa che l'intervistato deve sentire dentro e farci partecipi.** Non è necessario avere conoscenze approfondite. Si parla delle operazioni fondamentali e poco più, ma quello che conta è il processo logico ed il tempo che impiega per arrivare al risultato. **Il titolo di studio dovrebbe essere già indicativo**, altrimenti un piccolo **esercizio formato da divisioni, variazione percentuale, Percentuale del raggiungimento del target; minimo comune multiplo ecc...** potrebbe essere più che sufficiente.

**Esercizio:**

Tempo stimato massimo 25 minuti.

- a)  $0,12:3 =$
- b)  $12:0,3 =$
- c) Fatturato 2014 = 200K; Fatturato 2015 = 260; Calcolare la Variazione % del fatturato 2015 vs fatturato 2014
- d) Fatturato 2015 = 260K; Target 2015 = 300; Calcolare in % qual è il raggiungimento del target
- e) Tra 15,20 e 6 qual è il minimo comune multiplo?

2) **Essere Precisi**, per non dire scrupolosi ma non testardi, è una garanzia!

Nel quotidiano, specialmente per la parte vendita, finito un evento se ne sussegue subito un altro e recuperare tutti i pezzi non è sempre facile. Lo stesso si può dire nelle promozioni ad-hoc costruite dal Marketing.

Spesso vengono utilizzate logiche di Marketing e Vendita molto fantasiose e poco standardizzate. La scusa più gettonata (a volte sotto forma di ricatto psicologico) è: “il cliente ha detto così o niente”, come se fosse il cliente a gestire le strategie della azienda, e tutti i repatri devono adeguarsi alle esigenze del cliente e non viceversa.

Dando il via alle eccezioni... uno strappo di qua, uno di là, si finisce che messe in fila una dietro l'altra creano una miriade di regole personalizzate, a volte indecifrabili anche da chi le ha pattuite, con logiche matematiche destrutturate a tratti non tracciabili, che stravolgono completamente la strategia aziendale iniziale... sempre se ne dovesse esiste una...

Il professionista del dato accogliere tutte le richieste ed esigenze particolari ma è molto importante ricordare che ogni volta che viene fatta un'eccezione il carico di lavoro complessivo aumenta, ed all'aumentare delle eccezioni il carico aumenta in maniera esponenziale, non solo per il professionista del dato ma per tutti i settori, ostacolando la possibilità di standardizzare i processi.

Inoltre, le **eccezioni, mettono duramente sotto stress precisione e qualità.**

La mancanza di punti di riferimento omogenei, creano a loro volta controlli numerici differenti e per cui le possibilità di errore aumentano.

“Un errore è pur sempre un errore, ma a determinati livelli di complessità di regole diciamo che almeno c'è un concorso di colpa”

La domanda per verificare precisione e qualità è la seguente:

**Domanda: In che modo verifica la correttezza delle analisi effettuare?**

3) Comunicare è una caratteristica estremamente importante che va coltivata e migliorare situazione dopo situazione. Essa deve essere strutturata in maniera differente a seconda dell'interlocutore finale che può essere: Il dirigente aziendale, il collega di reparto Marketing o venditore, il reparto IT ed i partner esterni.

Gestire e fare le richieste in maniera efficace può salvare la "pelle" ma è un'abilità che si impara con il tempo.

Gestire le richieste e successivamente attivare dei processi di automatizzazione può creare un valore aggiunto inestimabile sia in termini di qualità sia in termini di tempo di risposta, abbattendo drasticamente l'annoso problema delle richieste urgenti.

**Domanda: Come gestite le richieste?**

**Domanda: Come comunicate le vs richieste?**

**Domanda: Come comunicate le situazioni critiche?**

- 4) Maneggiare con padronanza gli strumenti del mestiere è essenziale. Ma spesso la capacità d'utilizzo è data sia dall'esperienza del singolo strumento sia dall'utilizzo combinato degli strumenti. A tal proposito, un esempio, anche al computer, potrebbe dare indicazioni di gran lunga maggiori di più di tante parole. Se, come nella maggior parte dei casi, la suite Microsoft Office, fa parte degli strumenti indispensabili il seguente esercizio potrebbe essere indicativo sul livello d'esperienza dei seguenti strumenti.

### **Esercizio:**

Tempo stimato massimo 30 minuti.

Creare un database in Microsoft Access contenente una semplice tabella costituita da almeno 4 campi, 3 qualitativi ed uno quantitativo.

Collegare la tabella elaborata tramite una pivot in Microsoft Excel e presentare i dati in forma grafica in Microsoft Powerpoint. Il tutto dovrà essere aggiornabile.

Potrebbero completare la prova alcune domande specifiche su estensioni di file specifiche e/o strumenti gestionali ad-hoc, ho test di operatori logici

Specifiche esempio Tabella Microsoft Access:

Campo1: Partita Iva (Dimensione campo "testo")

Campo2: Ragione Sociale (Dimensione campo "testo")

Campo3: Fatturato (Dimensione campo "Numerico, doppio")

Campo4: Periodo (Dimensione campo "testo") – Almeno 4 periodi differenti.

Domande:

- Utilizza le Macro nella suite Microsoft Office? Se si in quale programmi, in che modo e perché?
- Quando si utilizza un operatore logico "And"; "Or", "Between...And..."
- Business Object, Siebel, Sap, Microstrategy, cosa sono?
- Conoscenza di linguaggi di programmazione SQL? Vba?

- 5) Una volta creati i dati il compito di un professionista del dato è renderli leggibili. Anche qui verificare tramite un semplice esercizio in un contesto ben definito, come far visualizzare determinati dati a diversi contesti del tipo, Direttore commerciale –Venditore e/o Direttore Marketing e collaboratori, da indicazione sulle capacità di schematizzazione e Sintesi

**Esercizio:**

Tempo stimato massimo 15 minuti.

Utilizzare la tabella strutturata al punto 5 e chiedere di definire su Microsoft Office due visualizzazioni, una a livello generale ed una a livello cliente con l’inserimento di KPI<sup>1</sup> significativi individuati dal candidato

- 6) Il professionista del dato gestisce informazioni critiche aziendali, dalla base clienti, ai fatturati e così via. La riservatezza sulle informazioni acquisite deve essere massima e con questa anche la sicurezza dei dati stessi. Troppe volte in questi anni ho assistito a situazioni di perdita di dati sensibili senza nessun sistema di back up; oppure ad archiviazione degli stessi senza nessun tipo di password. Fortunatamente già svariate attività hanno sistemi di Back up e protezioni aziendali evitando o limitando l’onere di questo aspetto al professionista. Verificare fino ad ora come è stato gestito questo aspetto dal candidato è importante sotto un punto di vista di responsabilità generale verso la professione che opera.

**Domanda: Quali soluzioni ha utilizzato in passato per proteggere i dati aziendali?**

---

<sup>1</sup> KPI: Key Performance Indicator. Indicatori chiave che analizzano in maniera rapida le performance di un prodotto e/o cliente



7) Chi gestisce il dato così in profondità spesso evidenzia dei particolari che ai più sfuggono. Soprattutto quando si elaborano i dati, possono sorgere parametri non esaustivi ed evidenziare zone incomplete. Inoltre, il professionista del dato, se coinvolto nelle strategie aziendali, può fornire informazioni utili che ai vertici potrebbero non essere prese in considerazione.

L'aver ben presente la struttura dei dati e la possibilità che ogni campo può dare a livello di sintesi e/o dettaglio a chi gestisce la reportistica è un elemento esclusivo del professionista del dato. Se reso partecipe delle attività aziendali il professionista del dato può inserire eventuali dati che potrebbe migliorare di molto la reportistica fornita rendendola più mirata all'attività richiesta. Se si vuole rendere il profilo proattivo l'azienda deve coinvolgere il più possibile il professionista.

**Domanda: Quanto ritiene importante che lei partecipi a meeting di marketing e vendita e perché?**

8) Capire, scrivere e parlare in inglese dovrebbe essere ormai cosa comune. In alcune aziende è fondamentale, in altre ancora no.

Dal punto di vista del Professionista del dato è un aspetto importante in quanto anche se non utilizzato in un contesto aziendale, le risorse disponibili nel web sono nella stragrande maggioranza in inglese.

**Esercizio:**

Tempo stimato massimo 15 minuti.

Richiedere di scrivere un email per.....

Richiedere di rispondere ad un email....

Breve colloquio

9) Spesso e volentieri ci si aspetta che l'azienda provveda all'aggiornamento della nostra figura professionale, delegando quest'onere che spesso disillude le aspettative. Conosciamo tutti il detto "Chi visse sperando, mori c.....".

Niente scuse, siamo nell'era dell'informazione, sia a pagamento che free, dove la cosa più importante non è trovarla ma filtrarla l'informazione.. Per cui se ci si vuole mantenere aggiornati e migliorare i propri skills lo si può tranquillamente fare attraverso Webinar, Blog e Libri ed altri strumenti.

**Domanda: Quand' è stata l'ultima volta che ha svolto delle attività di aggiornamento della sua professione? Attraverso quali canali?**

Se utilizzerai Copia/Incolla le domande utilizzate in questa guida avrai la possibilità di valutare se la risorsa ha la stoffa per essere o diventare un Professionista Del Dato!