



Cofinanziato
dall'Unione europea



TALK RETAIL

2021-1-IT02-KA220-ADU-000026600

TALK RETAIL – Competenze di comunicazione internazionale per il commercio al dettaglio

PR1 – Retail Talk Skills

T1.10 Retail Talk Skills Guide



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Linea

TALK RETAIL – International Communications Skills for Retail.....	1
Linea	2
Introduzione.....	3
Conoscenza del vocabolario	6
Utilizzo dei social network	10
Competenze di espressione orale.....	16
Comprensione orale nella lingua di destinazione.....	20
Gestione competente di un sito web.....	24
Pazienza	29
Sensibilità culturale ed etica	33
Capacità di problem solving.....	38
Comprensione scritta.....	42
Tecniche di pitching efficaci.....	46
Conclusioni.....	50
Bibliografia	52





Cofinanziato
dall'Unione europea

Introduzione

Il progetto Talk Retail - International Communication Skills for retail nasce dal riconoscimento della sempre maggiore importanza di una comunicazione efficace per e nel settore della vendita al dettaglio di oggi. Il progetto si basa sulla necessità di garantire che i proprietari di piccole imprese al dettaglio e i loro lavoratori abbiano acquisito competenze soft e hard per facilitare la comunicazione internazionale nel settore della vendita al dettaglio nei paesi dell'UE. Il progetto è pensato su misura per tutti i lavoratori del settore retail che vogliono affrontare in modo intuitivo e coinvolgente i principali argomenti trattati quotidianamente. Talk Retail intende fornirti le competenze di base per garantire una comunicazione efficace in questo campo con partner internazionali, fornendoti i concetti chiave e il vocabolario in inglese per consentire la sopravvivenza e la crescita della tua attività. Talk Retail mira a fornirti gli strumenti essenziali per avvicinarti meglio al settore della vendita al dettaglio e farti imparare, al tuo tempo e attraverso l'autovalutazione, come comunicare efficacemente con i partner, come padroneggiare gli strumenti tecnologici e garantire una presenza efficace sia online che offline. Tutte le attività sono state progettate per aiutarti ad acquisire competenze trasversali e competenze tecniche e linguistiche indispensabili che ti permetteranno di padroneggiare con fiducia gli argomenti della vendita al dettaglio, aumentare la tua fiducia sul lavoro e facilitare il tuo approccio al mercato internazionale. Per questi motivi, il progetto mira a: creare consapevolezza delle capacità comunicative nelle vendite internazionali, fornirti uno strumento di autovalutazione sui livelli di competenza attraverso una serie di corsi online (che possono essere seguiti al tuo ritmo) e, ultimo ma non meno importante, motivarti a continuare ad apprendere e partecipare anche attraverso collaborazioni con altri proprietari di negozi. Un altro obiettivo del progetto è quello di fornire know-how tecnico delle strategie di social media



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

per l'industria al dettaglio per costruire reti internazionali. Pertanto, Talk Retail ti fornirà queste informazioni e competenze attraverso:

Manuale e materiali didattici, "Retail Talk Skills", un report internazionale e una guida completa sulle più importanti competenze di comunicazione soft e internazionali nel settore retail, con suggerimenti e attività per svilupparle.

Strumenti e metodologia di valutazione, "Autovalutazione delle competenze RT" per valutare i tuoi livelli di competenza nelle capacità di comunicazione soft e internazionali nel settore della vendita al dettaglio.

Corso di e-learning, "Retail Talk Training", una raccolta di 8 corsi online che si concentrano su aspetti diversi e molto specifici delle vendite internazionali nel settore della vendita al dettaglio e possono essere presi come un programma completo o come singoli moduli. I corsi sono presentati in modo non formale, e possono essere seguiti al proprio ritmo. I corsi saranno accompagnati da attività di conversazione specifiche per il retail.

"EU Retail Network" che ha 2 aspetti: una piattaforma di networking online per le PMI del commercio al dettaglio in tutta Europa in cui le PMI possono presentare la loro impresa e i loro prodotti e possono contattare altre PMI in tutta Europa e una guida sulle strategie di social media per il networking internazionale per l'industria al dettaglio.

La seguente guida alle competenze di vendita al dettaglio fa parte di Talk Retail e ti fornirà le informazioni tecniche e le competenze trasversali sopra menzionate per garantire il successo del tuo e-commerce. Ora troverai definizioni, suggerimenti e strumenti su come gestire e padroneggiare le seguenti abilità: **Conoscenza del vocabolario nella lingua di destinazione/Usi dei social media/Abilità di espressione orale competente nella lingua di destinazione/Comprensione orale nella lingua di destinazione/Gestione competente di un**



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

sito web/Pazienza/Sensibilità culturale ed etica/Capacità di risoluzione dei problemi/Comprensione scritta nella lingua di destinazione/Tecniche di pitching efficaci.

In effetti, sempre più rivenditori si stanno rendendo conto di quanto sia fondamentale la conoscenza pratica e la comunicazione in inglese con i partner e contribuiscano alla soddisfazione dei clienti e la comprensione delle loro esigenze, motivo per cui la seguente guida approfondirà le tue conoscenze su queste abilità dandoti anche dettagli sui vantaggi nell'acquisirle ed eventuali conseguenze della loro mancanza.

Buon divertimento!



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Conoscenza del vocabolario

Presentazione delle competenze

Definizione

La conoscenza del vocabolario nella lingua di destinazione svolge un ruolo cruciale nella comunicazione orale nel settore della vendita al dettaglio. Ciò include non solo le parole, ma anche i pezzi lessicali e il linguaggio basato su formule. Il vocabolario comprende la conoscenza della morfologia, della fonologia, della sintassi, della grammatica, della semantica e delle relazioni parola-semantica di una parola, nonché del suo uso pragmatico. Secondo il Professional Service Development for Teachers (PSDT), il vocabolario si riferisce alla raccolta di parole in una determinata lingua. Si osserva che solo poche migliaia di parole rappresentano il 90% del vocabolario parlato e che un adulto istruito ha in genere un vocabolario di ascolto e di conversazione di 10.000 parole. Il numero totale di parole che un adulto istruito conosce è di 100.000 per la lettura e la scrittura.

Conseguenza della mancanza

Il vocabolario è il fondamento della lingua ed è importante perché è la base di tutta la comunicazione, anche se hai una conoscenza limitata della grammatica. Avere un vocabolario insufficiente può portare a una serie di ostacoli nell'apprendimento delle lingue, tra cui difficoltà di comprensione e successo generale nella comunicazione. Per migliorare il tuo vocabolario, è consigliabile leggere e ascoltare il più possibile e sviluppare una buona comprensione delle parole, incluso il loro significato di base, il comportamento sintattico e le associazioni e le relazioni con le parole.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Margaret McKeown (2019) suggerisce che oltre a imparare il significato di un elemento del vocabolario, è necessario comprendere le sue altre informazioni correlate, compresi i suoi significati metaforici. McKeown delinea anche tre livelli di conoscenza necessari per conoscere una parola: il suo significato di base, la comprensione della sua polisemia all'interno di un contesto specifico e una progressione graduale dalla conoscenza di base alla comprensione più profonda nel tempo e nell'uso.

Vantaggi

Come accennato in precedenza, avere un vocabolario ampio ha numerosi vantaggi per gli studenti di lingue. Il vocabolario è considerato il fondamento del linguaggio ed è essenziale per una comunicazione efficace. La maggior parte del significato viene trasmesso attraverso le parole, rendendo il vocabolario fondamentale per comprendere le espressioni e le idee degli altri ed esprimere i propri pensieri.

Sorge quindi la domanda su quali parole imparare. Se si esaminano la maggior parte dei buoni libri per studenti di inglese come lingua straniera, noterete che la maggior parte dei libri CERF A1 Beginner e A2 Elementary inizia con un vocabolario di circa 500 parole. Queste parole si riferiscono alla propria identità, alle azioni quotidiane, ai beni personali e alla casa, ai saluti di base, ai nomi, ai numeri, alle azioni, alle apparenze, ai colori, alle parti del corpo, ai vestiti, alle routine, agli oggetti di uso quotidiano, al cibo, agli animali domestici, al lavoro e altro ancora.

McKeown suggerisce tre livelli di termini:

Le parole di primo livello fanno parte della lingua orale quotidiana e provengono dal lato antico inglese/anglosassone della lingua, che era parlato dalla gente comune come contadini e agricoltori.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Le parole del secondo livello non sono comuni nel linguaggio orale, ma sono più adatte per il discorso scritto e consistono in un mix di parole latine e anglosassoni.

Le parole del terzo livello sono vocabolario relativo a campi specifici come la scienza, la medicina, il diritto e il mondo accademico, e sono meglio apprese all'interno di quel campo di competenza, che tende a provenire dal lato latino del vocabolario inglese parlato dalla classe superiore normanna, professionisti e aristocratici.

La lingua relativa al settore della vendita al dettaglio rientrerà in genere nel terzo livello, ma senza dubbio a seconda del settore specifico, saranno necessarie alcune conoscenze di parole di secondo e terzo livello per lavorare nel settore.



Suggerimenti e strumenti per migliorare questa abilità

Quindi, come possiamo acquisire un vocabolario per migliorare le nostre capacità di conversazione orale e comunicazione? È utile immergersi nella lingua ed essere attivamente coinvolti in modo da poter acquisire familiarità sia con la lingua standard che con i dialetti/accenti. Il modo migliore per imparare è fare, quindi è importante avere gli strumenti giusti per supportare il tuo percorso di apprendimento. Ciò può includere l'immersione nella cultura della lingua di destinazione, l'utilizzo di materiali audiovisivi autentici o lo sfruttamento di un ambiente ricco di lingue.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

PDST offre alcuni suggerimenti per l'acquisizione del vocabolario nella lingua e nelle attività di destinazione, come ad esempio:

- Creazione di liste di parole o wordwall nella tua camera o area di studio. Puoi farlo anche sul tuo smartphone utilizzando le app di wordwall
- Creare i propri giochi a catena su un pezzo di carta o su una risorsa Internet
- Impegnarsi nell'innovazione del testo leggendo un articolo di giornale o di rivista e cambiando alcune delle parole
- Utilizzando il Picture Word Indicative Model (PWIM), in cui si seleziona un'immagine e quindi si etichettano gli elementi noti. Risorse come Pinterest hanno un sacco di foto.
- Esplorare i gradienti semantici per ampliare la comprensione delle parole e dei lessici correlati, ad esempio amichevole, amabile, affabile, conviviale, ecc.
- Creare mappe semantiche per rappresentare graficamente le relazioni tra le parole

L'acquisizione di un vocabolario richiede uno sforzo e una motivazione costanti. Come studente indipendente, è utile iniziare imparando il vocabolario relativo ai tuoi interessi personali. Ad esempio, se hai una passione per la cucina, concentrati sull'ampliamento del tuo vocabolario leggendo articoli o libri sul cibo. Allo stesso modo, se hai un interesse per la storia, leggi la storia del tuo paese nella lingua di destinazione per ampliare le tue conoscenze e il tuo vocabolario. Tenete presente che non riuscirete a imparare tutte le parole che incontrate e che occorrono ripetizioni e ulteriori esposizioni per comprendere appieno il significato e i molteplici usi delle parole.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Utilizzo dei social network

Presentazione delle competenze

Definizione

L'uso dei social network nel settore della vendita al dettaglio può essere davvero facile se sei cresciuto con i social media e ci sei abituato, ma molto complicato se sei un neofita e ne hai sentito parlare solo a distanza.

Tuttavia, è un'abilità molto importante nello sviluppo del tuo business a livello internazionale. Ti consente di raggiungere più persone e agisce come la tua **vetrina del negozio online**.

In questa parte parleremo della gestione dei social media e delle competenze che puoi acquisire per facilitare la tua espansione aziendale attraverso le piattaforme di social media. Capirai cosa intendiamo per "uso dei social network" come abilità, perché è utile far crescere il tuo business internazionale e come puoi migliorare le tue capacità anche se non ne sai nulla.

Prima di passare attraverso la definizione di questa abilità, un'ultima cosa da sapere è che "**social media**" e "**social network**" sono sinonimi. Ora possiamo iniziare in modo più tranquillo:

La gestione dei social media può essere definita come l'utilizzo del potenziale dei social network per promuovere l'**attività di marketing** e lo **sviluppo commerciale** della tua azienda. Contiene una serie di piccole azioni da fare, dall'identificazione del gruppo target all'utilizzo corretto degli hashtag, incluso l'utilizzo di analisi o la modifica di foto e video. Non preoccuparti, puoi facilmente imparare a fare queste cose e non sono così complicate come potresti pensare. Considera la gestione dei social media come un grande capitolo diviso in diverse piccole lezioni.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Se non hai familiarità con la gestione dei social media, imparerai progressivamente come utilizzare le piattaforme di social media.

In questa guida, spiegheremo il più possibile le competenze, la loro importanza e come usarle al meglio, ma per saperne di più sui social media e allenarti puoi accedere al nostro corso di microlearning sui social media qui: [Talk Retail Training](#).

La gestione dei social network mette insieme tutte queste competenze:

- Come identificare il pubblico di destinazione e le sue esigenze;
- Come scegliere la piattaforma di social media più adatta a te;
- Come definire la propria linea editoriale;
- Come sviluppare la pianificazione dei social media;
- Come seguire l'evoluzione (strumenti di analisi web, KPI, analisi del comportamento del cliente...)
- Come rimanere al sicuro utilizzando i social media
- Come creare la tua rete
- Come creare delle partnership
- Come filmare video o fare foto (fotogramma, luce, discorso, durata...)
- Come modificare un video o una foto
- Come pubblicare sui social media
- Come utilizzare gli hashtag

Questo elenco non è completamente esaustivo, poiché esistono molte specializzazioni.

Tuttavia, queste competenze di base vi permettono di creare una strategia di marketing efficace e di iniziare tranquillamente il vostro viaggio nella gestione dei social network.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Conseguenza della mancanza

È possibile non utilizzare alcuna piattaforma di social media relativa alla propria azienda. Puoi vederlo come un **valore aggiunto** alla tua strategia di marketing. Tuttavia, nella nostra società attuale, può essere considerata essenziale per determinati modi di fare pubblicità. Le nuove generazioni sono pienamente coinvolte nelle piattaforme dei social media e la maggior parte è influenzata da ciò che può consumare attraverso di esse.

In specifici settori aziendali, può essere **sfavorevole** essere assenti da qualsiasi social media. Si possono perdere molte opportunità.

Essere presenti sulle piattaforme dei social media può dare un certo **credito** ai vostri potenziali clienti. Infatti, oggi ci sono tantissime truffe fatte da false aziende, che fingono di vendere servizi o beni per, alla fine, rubare soldi alle persone. Avere social network può **rassicurare** i tuoi potenziali clienti se vedono altre opinioni da parte degli acquirenti. Pertanto, non possederli può danneggiare la tua attività in questo senso. I social media ti permettono di **riumanizzare** la tua immagine, anche se può essere paradossale in quanto si tratta di comunicazione virtuale. Riumanizzare qui significa consentire ai tuoi clienti di partecipare al tuo processo aziendale chiedendo il loro punto di vista, ad esempio, o mostrando loro di più sulla tua azienda.

Molte strategie di marketing “tradizionali”, cioè i vecchi metodi pubblicitari, si basano sul “principio outbound”. Cerchi di raggiungere il maggior numero di persone possibile attraverso il supporto non desiderato come e-mail di SPAM, telefonate o posta cartacea, mentre sui social media, i tuoi contenuti fanno parte dell' algoritmo in modo che le persone che fanno davvero parte del tuo pubblico di destinazione possano raggiungere il tuo messaggio.

Vantaggi

Agire come un'affissione pubblicitaria:



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Puoi presentare la tua attività commerciale o il tuo marchio al maggior numero possibile di persone nel tuo pubblico di destinazione, ma anche aprirti a nuove opportunità di lavoro, discutendo con altri imprenditori.

Feedback immediato da parte dei clienti:

Questo strumento ti consente di essere più vicino ai tuoi clienti e di identificare meglio le loro esigenze o preoccupazioni. Puoi anticipare le aspettative dei tuoi clienti e avere un servizio clienti efficiente.

Diversifica la tua comunicazione:

Essere su un social network moltiplica i tuoi canali di comunicazione. I siti web sono ottimi per l'uso del computer, ma i social media sono migliori per l'uso dello smartphone. Le persone usano gli smartphone ogni giorno, anche per lo shopping.

Un nuovo spazio per il monitoraggio:

Puoi accedere a tutti gli account delle aziende dal tuo dominio e persino seguirli in modo da essere sicuro di essere aggiornato sui loro contenuti.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Suggerimenti e strumenti per migliorare questa abilità

Per iniziare il tuo viaggio nei social network, puoi identificare i social media esistenti (twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn...) e visitare pagine di altre aziende dello stesso settore.

Per scegliere la migliore piattaforma di social media, devi sapere quale raccoglie il tuo pubblico di destinazione. È necessario stabilire obiettivi chiari e una linea editoriale efficace.

Cerca sempre di migliorare te stesso e di rilevare eventuali problemi analizzando ciò che hai pubblicato e le reazioni dei tuoi potenziali clienti.

Esempio: decidi di creare il tuo nuovo account di social media su Twitter. Crei un pseudonimo, implementi alcuni contenuti e personalizzi il tuo profilo. Ma un mese dopo, non vedi alcun miglioramento. Hai ancora solo 2 follower e nessuno interagisce con i tuoi post.

Inizia ad analizzare perché questo potrebbe accadere: hai scelto la piattaforma corretta? Il tuo pubblico di destinazione utilizza questa piattaforma di social media? I tuoi contenuti sono coerenti? Hai seguito altri account di aziende collegate? I tuoi contenuti consentono ad altri utenti di interagire con essi?

Puoi utilizzare gli strumenti di analisi se possono aiutarti.

Se sei un neofita, potresti provare a creare un account su una piattaforma di social media e lascia che il tempo ti insegni cosa funziona meglio per te. Quindi, quando sei più esperto, puoi creare un altro account e far crescere la tua strategia di comunicazione e marketing. Fare troppo alla volta può essere controproducente.

Funziona allo stesso modo per i contenuti. Dovresti avere una routine e postare regolarmente, più o meno nello stesso periodo, ma non cercare di postare ogni giorno. Puoi pubblicare





Cofinanziato
dall'Unione europea

quando ritieni che i tuoi contenuti siano validi. L'implementazione di troppi contenuti ti farà perdere clienti.

Ad ogni modo, non essere troppo duro con te stesso. I tuoi post non possono raggiungere il numero massimo di utenti ogni volta, non avrai 1 milione di follower in questo momento e potresti commettere alcuni errori, poiché siamo tutti umani.

Per andare avanti e saperne di più su questa abilità, puoi accedere al nostro corso di microlearning sui social media qui: [Talk Retail Training](#)



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Competenze di espressione orale

Presentazione dell'abilità

Definizione

Le abilità di competenza orale comprendono la capacità di utilizzare la lingua di destinazione in modo efficace e accurato per comunicare in vari contesti. Ciò include la tua capacità di esprimere i tuoi desideri, pensieri e idee in modo appropriato usando un linguaggio grammaticalmente, sintatticamente, semanticamente e fonologicamente corretto.

Come studenti di lingue, è fondamentale per noi essere consapevoli di questi aspetti di una lingua. Potremmo non essere a conoscenza dei componenti specifici della nostra prima lingua, come la grammatica, che potrebbero non essere stati esplicitamente insegnati a scuola. Spesso usiamo la nostra prima lingua inconsciamente, senza selezionare consapevolmente la grammatica o il vocabolario; tuttavia, in quanto studenti di una seconda lingua, è importante per noi comprendere alcuni degli aspetti tecnici di un'espressione orale proficua.

Conseguenza della mancanza

La mancanza di un'adeguata competenza orale nella lingua che stai imparando può portare a interruzioni della comunicazione; quindi, è fondamentale per gli studenti di una lingua comprendere il contesto in cui vengono utilizzati diversi elementi del vocabolario per migliorare le loro capacità di espressione orale. Una mancanza di competenza comunicativa comporta anche il rischio di causare conflitti; un'incapacità di esprimersi in un modo che tenga conto delle emozioni altrui può causare reazioni avverse. A volte quando le persone parlano, non considerano il loro tono o registro, facendo sì che l'altra persona si senta offesa o non



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

rispettata. Quando gestisci un'azienda, il modo in cui ti esprimi può avere un enorme impatto sul suo successo.

Vantaggi

Ci sono numerosi vantaggi nell'essere competenti nella comunicazione orale in una lingua. Essere in grado di comunicare efficacemente nella lingua che stai imparando offre maggiore sicurezza e comfort nella cultura in cui vivi e lavori, poiché sarai in grado di interagire con la comunità locale, formare relazioni ed esprimere le tue esigenze.

Nel settore della vendita al dettaglio, l'espressione orale competente consente di interagire con i clienti, impegnarsi in reti e navigare con successo in transazioni commerciali come riunioni e consegne. Consente una comunicazione istantanea con i clienti in un ambiente faccia a faccia, portando potenzialmente ad un aumento delle vendite e ad un risparmio sui costi. In un contesto di conversazione, la comunicazione orale offre il vantaggio di un feedback immediato da parte della persona con cui stai parlando. La capacità di ascoltare e rispondere rapidamente è essenziale per una comunicazione di successo.

Essere competenti in una lingua, compresi gli idiomi locali, il gergo e la pronuncia, può anche aiutare a costruire fiducia e credibilità nel tuo ambiente di lavoro e nella tua comunità. Infine, la comunicazione orale ti consente di esprimere efficacemente i tuoi pensieri, sentimenti e opinioni ai tuoi colleghi e clienti, aiutandoti anche a navigare attraverso interazioni e conflitti difficili con essi.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Suggerimenti e strumenti per migliorare queste competenze

Migliorare la competenza orale può essere raggiunto attraverso diverse tecniche pratiche, tra cui:

- Registrarsi parlando la lingua che si sta imparando su uno smartphone e riprodurre per ascoltare gli errori. Se non si è sicuri, consultare un dizionario online per confrontare la propria pronuncia con quella standard
- Socializzare con gli studenti al di fuori del tuo gruppo linguistico per costringerti a usare la lingua
- Fare amicizia con persone madrelingua per aumentare la propria competenza
- Familiarizzare con la fonologia della lingua, incluso l'uso standard e i dialetti locali
- Ascoltare il più possibile madrelingua e guardare programmi, miniserie e film in lingua per migliorare le capacità di ascolto e conversazione

Sebbene molti studenti di lingue possano aver già incontrato alcune di queste tecniche in un ambiente di classe, come studenti di lingue indipendenti, non tutti questi possono essere disponibili o pratici. Tuttavia, vale comunque la pena considerare di incorporarne alcuni nella tua routine di apprendimento.

Per mantenere l'apprendimento interessante, assicuratevi di incorporare una varietà di attività che cambino il ritmo. Una delle chiavi principali per acquisire competenze orali è l'esposizione massiccia alla lingua di arrivo; quindi, mettersi in qualsiasi situazione in cui la lingua di arrivo





Cofinanziato
dall'Unione europea

viene usata vi aiuterà ad imparare. Andate in un centro sportivo, ascoltate le persone intorno a voi e imitate il loro modo di parlare e la loro pronuncia. Andate in un negozio e ascoltate il commesso che interagisce con un cliente, prestando attenzione al suo tono.

Uno strumento estremamente utile per gli studenti per migliorare le loro capacità di espressione orale è il materiale audio e audiovisivo come Netflix, Spotify e YouTube. Ad esempio, è possibile guardare una serie della comunità linguistica di destinazione e inserire i sottotitoli in quella lingua, per iniziare a fare associazioni tra lo spelling delle parole e la loro pronuncia. YouTube ha anche una funzione che permette di rallentare il video, consentendo di ascoltare attentamente ogni parola. Anche seguire una serie o ascoltare musica nella lingua di destinazione è un ottimo modo per imparare il gergo specifico e l'accento del dialetto in uso, per farsi un'idea della sua cultura. La musica ha l'ulteriore vantaggio di "bloccarsi in testa" se vi piace davvero, il che significa che state memorizzando intere frasi nella lingua di destinazione.

In breve, se volete raggiungere la competenza orale nella vostra lingua di destinazione, ricordatevi di ascoltare, imitare, praticare e ripetere. Non esiste un modo semplice per migliorare le proprie capacità di espressione orale e ci vuole un grande impegno, ma più ci si espone alla lingua di destinazione e si cerca di imitare il modo in cui le persone parlano e interagiscono, più sarà facile iniziare a esprimersi con naturalezza e a comunicare con successo in un contesto professionale.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Comprensione orale nella lingua di destinazione

Presentazione delle competenze

Definizione

La comprensione del linguaggio orale è un "processo durante il quale le informazioni vengono ricevute e quindi trasformate in diversi tipi di rappresentazioni fino a quando il significato non viene elaborato utilizzando le conoscenze generali esistenti" (ad esempio Bishop, 1997; Acosta-Rodriguez et al., 2022).

Secondo Banter Speech & Language, la comprensione del linguaggio orale è talvolta chiamata "comprensione del linguaggio", "linguaggio ricettivo" o "comprensione dell'ascolto".

Immagina di sentire un cliente lamentarsi di un mobile rotto. Dice: "Questo armadio è il peggior mobile che abbia mai comprato!". Quando senti il linguaggio parlato, segui il processo di trasformazione in diversi tipi di rappresentazioni nel tuo cervello. Ad esempio, probabilmente sentiresti i reclami del cliente e quindi trasformeresti ciò che ha detto nelle tue rappresentazioni che possono essere:

- Rappresentazioni sonore vocali (fonemi). Es.: /'pɛttso/ (pezzo);
- Rappresentazioni di parole (lessemi). Es.: la parola "armadio";
- Rappresentazioni grammaticali delle frasi (sintassi). Ad esempio: una frase soggetto-verbo-complemento, con "questo armadio" come soggetto;
- Conoscenza dei significati delle parole e delle relazioni tra le parole (semantica)





Cofinanziato
dall'Unione europea

- Conoscenza pragmatica, prendendo in considerazione la tua conoscenza esistente del mondo

Conseguenza della mancanza

I problemi di comprensione linguistica possono compromettere la qualità della comunicazione tra clienti e rivenditori. In molti casi, la mancanza di comprensione del messaggio orale nella lingua di destinazione può portare a interpretazioni errate del messaggio finale. Questa debolezza fa sì che gli individui ottengano solo "parti" di informazioni che sentono, ma non l'intero quadro della situazione, che a volte potrebbe portare a incomprensioni più complicate.

Vantaggi

Buone capacità di comprensione orale del linguaggio aiutano le persone a sopravvivere e prosperare nel corso della loro vita. Più specificamente, i rivenditori possono trarre vantaggio dall'aver buone capacità di comprensione in quanto saranno in grado di:

- Interagire con i clienti al fine di soddisfare le loro esigenze
- Comprendere i loro diritti e responsabilità legali e seguire indicazioni ragionevoli.
- Affrontare conflitti e incomprensioni
- Comprendere i diritti e le responsabilità dei consumatori
- Pubblicare e utilizzare i social media per raggiungere il proprio pubblico/clienti
- Interagire con le autorità governative, compreso il sistema giudiziario
- Non essere sfruttati o truffati



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Suggerimenti e strumenti per migliorare queste competenze

Ci sono molte difficoltà che una persona che lavora nel settore della vendita al dettaglio può incontrare quando deve comunicare in una seconda lingua (e talvolta anche nella sua prima lingua). L'oratore, la situazione e l'ascoltatore possono essere la causa di queste difficoltà.

I fattori che contribuiscono includono il borbottio dell'oratore, il rumore di fondo, la mancanza di indizi visivi (come al telefono), il vocabolario limitato dell'ascoltatore, la mancanza di conoscenza dell'argomento e l'incapacità di distinguere i singoli suoni (British Council, 2015).

Tuttavia, Jamie Johnson del British Council propone una serie di abilità e strategie che i rivenditori possono utilizzare per migliorare le loro capacità di ascolto:

- **Anticipazione del contenuto**

A seconda del settore o del tipo di servizi che le aziende offrono, in molti casi è possibile prevedere il tipo di parole e lo stile di linguaggio che l'oratore utilizzerà. Puoi anticipare il tipo di informazioni che sentirai grazie alla tua conoscenza del mondo. Inoltre, quando anticipi l'argomento di un discorso o di una conversazione, tutta la terminologia pertinente che è stata memorizzata nel nostro cervello viene attivata per aiutarci a comprendere meglio ciò che si sta ascoltando.





Cofinanziato
dall'Unione europea

Esempio: guarda o ascolta un programma TV registrato o un clip da YouTube. Fai una pausa dopo ogni frase. Cerca di prevedere cosa succederà o cosa potrebbe dire l'oratore.

- **Letture selettiva**

Quando partecipi a una conversazione, il "quadro completo" può essere ottenuto prestando attenzione alla sequenza delle informazioni che ricevi. In questo senso, puoi cercare parole di contenuto che ti aiuteranno a formare un'immagine nel tuo cervello anche se non capisci ogni parola.

Esempio: trova un breve video con sottotitoli su un argomento che ti interessa. Usa il titolo per aiutarti a prevedere il contenuto e quindi ascolta le parole del contenuto. Torna indietro e ascolta di nuovo con i sottotitoli. Quanto hai capito la prima volta? Torna al video una settimana dopo e riprova.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Gestione competente di un sito web

Presentazione delle competenze

Definizione

Sito web: “un sito web è una raccolta di pagine web interconnesse accessibili al pubblico che condividono un singolo nome di dominio. I siti web possono essere creati e gestiti da un individuo, un gruppo, un'azienda o un'organizzazione per servire una varietà di scopi.”

(Margaret Rouse, 2020)

La gestione del sito web “è la raccolta di processi utilizzati per garantire che il proprio sito web sia professionale, aggiornato e funzionante come previsto. Comprende la manutenzione generale, la sicurezza e lo sviluppo a lungo termine del sito web, nonché l'organizzazione della consegna dei contenuti e della strategia di marketing.” (Ibexa, 2023)

Prestazioni web: “Le prestazioni web consistono nel rendere i siti web veloci, inclusi i processi lenti che sembrano veloci.” (Contributori MDN, 2023)

Sicurezza informatica: “la sicurezza informatica è l'arte di proteggere reti, dispositivi e dati da accessi non autorizzati o uso criminale e la pratica di garantire la riservatezza, l'integrità e la disponibilità delle informazioni.”(CISA, 2021)

UX (User Experience): “L'UX si riferisce all'esperienza di un utente durante l'utilizzo di un sito web o di un'applicazione (include sicurezza, prestazioni, accessibilità, design e altri aspetti).”

(Thinkful, 2023)



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

UI (User Interface): “gli elementi interattivi di un sito web o di un'app, come lo schermo, il touchscreen, i suoni e la tastiera, costituiscono l'interfaccia utente. Un utente utilizza questi elementi per interagire con il sito web.” (Thinkful, 2023)

Accessibilità web: “Quando i siti web e gli strumenti web sono progettati e codificati correttamente, le persone con disabilità possono utilizzarli.” (Shawn Lawton Henry, 2022)

Conseguenze della mancanza

I siti web con una cattiva gestione possono avere un impatto negativo sul business e sui processi quotidiani per entrambe le parti: imprenditore e cliente. In questi giorni, quando le persone utilizzano Internet ogni giorno per esigenze aziendali e personali, è importante creare un sito web in grado di garantire un ambiente user-friendly per attirare più clienti e farli visitare di nuovo il tuo sito web. Per il successo di un'azienda l'esperienza dell'utente è l'elemento chiave; pertanto, in questa parte vi verranno illustrati i principali errori che portano i clienti a evitare il vostro sito web:

- Prestazioni (velocità di caricamento/non caricamento delle pagine, prestazioni nei momenti di punta)
- Problemi di sicurezza (nessun requisito di sicurezza come sistemi di verifica (ad es. CAPTCHA), sicurezza della password (caratteri diversi, modifica della password))
- Accessibilità (le persone con disabilità come disabilità visive o uditive potrebbero utilizzare il tuo sito web, quindi è utile pensare all'uso di istruzioni audio e all'adattabilità di immagini/testi).
- Il design è strettamente legato all'esperienza dell'utente perché è la prima cosa che il cliente noterà: sovrapposizione di elementi (immagine sul testo), interattività (facile trovare le informazioni), video riprodotti automaticamente senza l'opzione "pausa" o "stop".



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- La compatibilità con diversi browser web, sistemi operativi e dispositivi potrebbe essere cruciale sapendo quanto spesso vengono rilasciati nuovi aggiornamenti per soddisfare le crescenti esigenze dei clienti.

Vantaggi

Un'adeguata gestione del sito web ti aiuterà a:

- Raggiungere più clienti;
- Garantire la sicurezza del tuo sito web (accessibilità dei dati interni solo a livello locale) e delle informazioni personali dei clienti.
- I contenuti organizzati sul tuo sito web saranno utilizzabili a lungo termine anche se il team di supporto del tuo sito web cambia. Faciliterà anche l'accesso ai tuoi servizi per i clienti. La regola d'oro: scegli la semplicità!
- Assicurarti che il tuo sito web includa messaggi di errore chiari e utilizzabili nel caso in cui il cliente riscontri alcuni problemi tecnici. Il cliente deve sapere cosa fare quando viene visualizzato un messaggio di errore.
- Impostare le statistiche del sito web. Ciò ti consentirà di tenere traccia delle informazioni sui visitatori del sito web: gruppi di età/generi/posizioni e anche le ore di punta per visitare il tuo sito web. In questo modo sarai in grado di regolare le informazioni e gli annunci sul tuo sito web in base alle tue esigenze uditive e aziendali.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Suggerimenti e strumenti per migliorare queste competenze

- Garantire la qualità in seguito sarà più abile e ti farà risparmiare tempo, risorse e budget.
- Prendere in considerazione l'implementazione di test del sito web per evitare spiacevoli e inaspettate sorprese.
- Fare chiarezza su ciò che vuoi vedere sul sito web e quale impressione ti interessa dare alla tua attività.
- Prestare attenzione al design e all'interattività sulla tua pagina web per renderla più attraente per i clienti..

Un pessimo esempio di accessibilità. Colori scelti male.

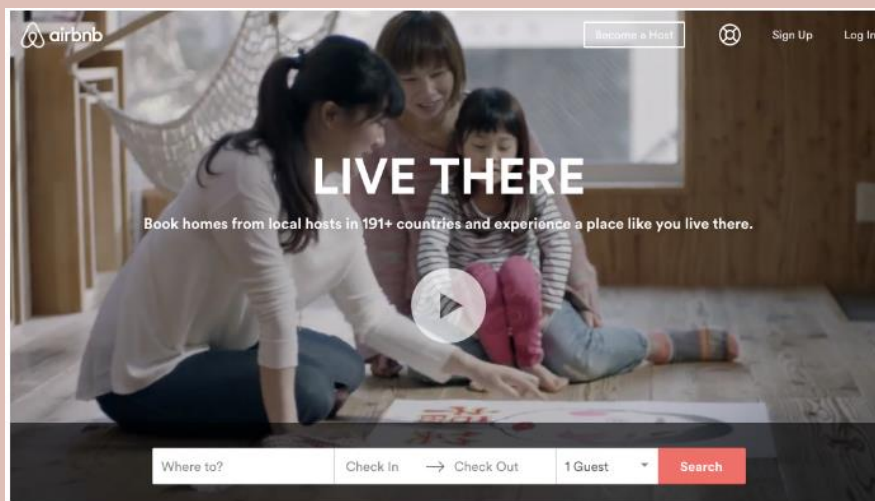


Fonte della foto: screenshot dal sito web Hubspot (A.Fitzgerald, 2022)



Cofinanziato
dall'Unione europea

Un buon esempio di sito web. Semplicità, interfaccia intuitiva, materiali visivi user-friendly, accessibili e di alta qualità.



Fonte della foto: screenshot dal sito Southern tide media (N.A., 2013)



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Pazienza

Presentazione delle competenze

Definizione

La pazienza è la capacità di aspettare o continuare a fare qualcosa nonostante le difficoltà senza lamentarsi o essere infastiditi. La pazienza è anche la capacità di rimanere concentrati su un'attività per molto tempo.

Come dice un vecchio proverbio: la pazienza è l'abito più bello che tu possa indossare.

Conseguenze della mancanza

Viviamo tutti in un mondo frenetico. La cultura delle lunghe ore è presentata con un grande potere persuasivo. Siamo disposti a sacrificare il nostro sonno, il cibo e il tempo di famiglia di qualità alla ricerca di vite apparentemente di successo.

"Glorifichiamo lo stile di vita, e lo stile di vita è: si respira qualcosa, si dorme con qualcosa, ci si sveglia e ci si lavora tutto il giorno, poi si va a dormire", dice Anat Lechner, professore associato clinico di management presso la New York University. "Ancora e ancora e ancora." (BBC Worklife, 2021)

Inoltre, vogliamo che le cose accadano in fretta. Stiamo diventando sempre più impazienti.

Infinite scale di carriera, numerose opportunità di crescita e successo meteorico, tremenda paura del fallimento o della bancarotta, globalizzazione che dovrebbe lasciarci vincitori e pressione costante rafforzata dai social media, tutti questi fattori hanno un impatto così



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

importante sulle vite umane. I lavoratori più fedeli vedono l'esaurimento come un chiaro indicatore di successo e hanno un'alta probabilità di soffrire di burnout professionale.

In questi giorni, abbiamo una forte tendenza a dimenticare che “gli alberi che sono lenti a crescere portano i frutti migliori”. Per questo la pazienza non deve essere confusa con l'ignoranza e l'incapacità di vedere che l'intensificazione del lavoro e lo stress cronico stanno avendo un enorme impatto sulla salute delle persone.

I principali aspetti negativi dell'essere impazienti sono:

- **Crescente disagio e insoddisfazione**

Quando ti concentri maggiormente sui tuoi fallimenti, errori o lentezza, potresti facilmente perdere la vista del quadro generale.

L'incapacità di vedere il successo

L'impazienza ti costringe a correre da un compito all'altro. È bene puntare in alto, ma dimenticare di apprezzare appieno il lavoro svolto può facilmente causare frustrazione e lacrime di delusione.

- **Forte demotivazione**

L'impazienza ti fa sentire sopraffatto. A volte non c'è un modo giusto e chiaro. Tutto ciò di cui hai bisogno è rimanere calmo e perseverare. Poi puoi vedere dove portano le cose. Se non puoi aspettare, rischi di perdere la motivazione e alzare le mani troppo presto.

- **Relazioni distrutte**

L'impazienza può facilmente distruggere le relazioni. Richieste elevate, irritazione e atteggiamento negativo sono tossici per le persone che ci circondano. La mancanza di pazienza ci rende soli.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Vantaggi

La pazienza può facilmente trasformare il tuo potenziale. Attraverso un approccio premuroso e perseverante, ti farai strada verso l'alto. Le persone pazienti hanno una reputazione per la loro persistenza. Diamo un'occhiata ai principali aspetti positivi dell'essere pazienti.

- **Benessere fisico e mentale**

La pazienza ti aiuterà ad aspettare con calma di fronte alla frustrazione e alle avversità. Le emozioni negative possono essere tossiche come il fumo a catena. Essere pazienti ti tamponerà dalle fionde e dalle frecce dello stress.

- **Il tuo lavoro è lodevole e sostenibile allo stesso tempo**

Le persone pazienti hanno maggiori probabilità di essere focalizzate su strategie a lungo termine. Non vogliono ridurre la loro efficacia professionale o sentirsi disumanizzati o emotivamente esausti. Sanno come allocare il loro tempo e le loro energie.

- **La pazienza tira fuori il meglio di noi**

Michael Jordan ha sbagliato più di 9000 tiri. Se non fosse stato paziente, non avrebbe portato i Chicago Bulls a sei campionati NBA e vinto il titolo di miglior giocatore cinque volte.



Suggerimenti e strumenti per diventare più pazienti

- **Usate la vostra immaginazione**





Cofinanziato
dall'Unione europea

Uno studio del 2017 ha collegato l'immaginazione e la pazienza alle nostre strutture cerebrali. Gli scienziati dietro l'esperimento pensano che sia perché quando cerchiamo di essere pazienti, visualizziamo o immaginiamo i risultati migliori che accadranno se aspettiamo. (Pamela Tom, 2017)

- **Pratica l'ottimismo intenzionale**

Gli studi hanno dimostrato che se sei in grado di farti sentire bene su ciò che accadrà se aspetti qualcosa, è molto più probabile che tu lo aspetti. (Pablo Usán Supervía & Carlos Salavera Bordás, 2020) e (Shawn Achor & Michelle Gielan, 2020).

- **Sviluppare empatia verso le persone difficili**

Quando si tratta di affari, è fondamentale ricordare che il successo non avviene da un giorno all'altro. Dovremmo coltivare le nostre relazioni con colleghi e clienti. La pazienza ha il potere di trasformare le relazioni.

Esempio: Immagina di avere a che fare con un cliente difficile che si rifiuta di giocare secondo le regole. Si possono notare i chiari segni dell'interruzione, della colpevolizzazione e dell'esagerazione.

In questa situazione, si può sempre dire: "Dovrei passare solo 10 o 20 minuti con questa persona, dovrebbe tollerarsi per tutta la vita". Questo atteggiamento può aiutarvi molto.

Più di un secolo fa, Mark Twain stava guardando indietro alla sua vita e scrisse questo: "Non c'è tempo, tanto è breve la vita, per i battibecchi, le scuse, i mal di pancia, i richiami alle responsabilità. C'è solo tempo per amare, e solo un istante, per così dire, per farlo".



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Sensibilità culturale ed etica

Presentazione delle competenze

Definizione

I rivenditori che vogliono aprire le loro attività a livello internazionale potrebbero dover affrontare una serie di ostacoli come le sfide linguistiche, la mancanza di finanziamenti, la consulenza legale, ecc. Tuttavia, le differenze culturali possono diventare un ulteriore ostacolo in questo processo di espansione in nuovi mercati.

La sensibilità culturale è la consapevolezza di specifici fattori culturali che possono influenzare la ricerca. Per i marchi, richiede che i team di marketing siano consapevoli delle sfumature culturali locali e sviluppino messaggi appropriati che coinvolgano il loro pubblico di destinazione.

"I marchi che intendono impegnarsi seriamente con i consumatori dei mercati esteri devono offrire una connessione culturalmente più rilevante con il proprio pubblico". È quanto afferma uno studio commissionato dal CMO Council, che ha analizzato come i marchi globali di successo, tra cui PepsiCo, Visa e Johnson & Johnson, utilizzano la sensibilità culturale per distinguersi dalla massa, aggiungere valore al proprio marchio e rimanere rilevanti per i clienti internazionali.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Conseguenza della mancanza

Non essere in grado di comprendere le esigenze culturali di una clientela specifica in un nuovo mercato può avere un impatto negativo sul modo in cui il vostro prodotto o servizio viene ricevuto. Potete perdere molti clienti se non siete consapevoli del modo in cui il vostro servizio si adatta alle specifiche culturali. Ad esempio, l'individualismo e la mascolinità possono avere effetti negativi sulla sensibilità etica.

Le questioni etiche nel settore della vendita al dettaglio includono (UK Essay, 2018):

- Pubblicità ingannevole, promozioni ingannevoli e false dichiarazioni sui prodotti
- Adescamento, frode fiscale, trattamento dei clienti, rispetto delle garanzie
- Diversità dei dipendenti, discriminazione, lealtà e trattamento dei dipendenti, impiego di persone disabili
- Condizioni di lavoro, tangenti per assicurarsi i contratti, problemi di outsourcing del lavoro, compreso il lavoro minorile, e pratiche commerciali delle aziende fornitrici.

Ad esempio, nel caso di pubblicità ingannevole in cui un'azienda, direttamente o indirettamente, fa affermazioni false sui propri prodotti o servizi in senso positivo che poi si rivelano essere diversi da quelli descritti o pubblicizzati, i clienti potrebbero non tornare più da quell'azienda. Nel peggiore dei casi, i clienti possono scegliere di denunciare l'azienda per vie legali o ai media.

Allo stesso modo, il maltrattamento dei clienti può danneggiare seriamente la reputazione dell'azienda come risultato del passaparola. Questa delusione e la sfiducia dei clienti e dei dipendenti possono portare a una perdita di clienti, di fatturato e di sostenibilità a lungo termine.





Cofinanziato
dall'Unione europea

D'altra parte, l'esodo del personale, i tassi di turnover elevati e la perdita del morale dei dipendenti potrebbero causare un'impressione negativa dell'azienda dalla spiacevole atmosfera data dai dipendenti che potrebbero trovarsi ad affrontare il burnout.

Vantaggi

Fornire un servizio clienti di qualità attraverso molte culture richiede una solida comprensione di ciò che le diverse culture considerano un comportamento appropriato. In questo senso, ricevere una formazione sulla sensibilità culturale ed etica vi aiuterà a capire quali sono le barriere che influenzano le relazioni con i clienti e a migliorare la comunicazione con i vostri clienti. Di conseguenza, la vostra azienda si adatterà ai moderni consumatori del XXI secolo che vivono in modo più diversificato e sfumato, abbandonando i ruoli tradizionali del passato. L'applicazione della sensibilità culturale alla tua strategia di marketing più ampia ti garantirà di poter commercializzare efficacemente il tuo prodotto in nuovi territori, sfruttare il tuo marchio contro i concorrenti stranieri e promuovere la fedeltà al marchio con i clienti locali.



Suggerimenti per migliorare queste competenze

- **Attenzione agli stereotipi di genere**

Se vuoi che la tua azienda si allontani dagli stereotipi di genere, dovresti considerare il modo in cui i tuoi marchi, prodotti o servizi ritraggono uomini, donne e bambini. Nei mercati occidentali



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

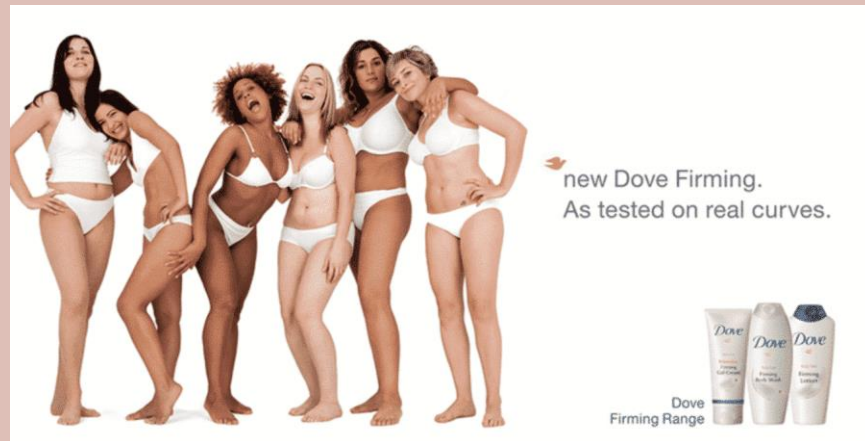


Cofinanziato
dall'Unione europea

e nell'eCommerce, si preferisce un approccio al marketing più neutro rispetto al genere, come nel caso di Svezia, Australia e Paesi Bassi.

Esempio: nel 2004, la Dove ha lanciato la sua "Campagna per la vera bellezza" per celebrare la positività del corpo. La campagna iniziale è stata guidata da un'immagine sorprendente con un gruppo di donne con diversi tipi di corpo e tonalità della pelle in biancheria intima, nessuna delle quali era modella professionista.

Allo stesso modo, una nuova campagna athleisure di ASOS intitolata "More Reasons to Move" (Più motivi per muoversi) mostrava le donne al comando di sport solitamente associati agli uomini, come il calcio e la boxe.



Fonte foto: [Effie](#)

- **Prestare attenzione a parole, immagini e stampe grafiche**

Quando scegli parole o immagini per il tuo marchio, dovresti assicurarti che non offendano i clienti internazionali. Alcune parole gergali potrebbero essere difficili da interpretare in altre lingue. Allo stesso modo, immagini controverse, simboli religiosi o iconografia possono trasmettere significati che potresti non aver inteso.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Esempio: il rivenditore americano, Gap, ha recentemente dovuto scusarsi dopo aver pubblicato una maglietta che mostrava la mappa errata della Cina. Le scuse sono state annunciate dopo che un commento è emerso sui social media sostenendo che i territori rivendicati dalla Cina, tra cui il Tibet meridionale, l'isola di Taiwan e il Mar Cinese Meridionale sono stati omessi nella stampa.



Fonte della foto: [The Guardian](#)



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Capacità di problem solving

Presentazione delle competenze

Definizione

Le capacità di risoluzione dei problemi sono di fondamentale importanza quando si tratta di gestire situazioni impreviste o sfide difficili sul lavoro. Riflettere a fondo su un problema, identificare le potenziali opzioni di risoluzione e scegliere la migliore sono fondamentali a tutti i livelli in molte carriere. La questione è se queste abilità nascono o possono essere sviluppate nel corso della vita.

Indubbiamente, le soft skills sono più basate sulla personalità. Tuttavia, numerosi studi di ricerca forniscono indicazioni su come cambiare le nostre abitudini. È dimostrato che le soft skills più preziose, come l'ascolto attivo, il processo decisionale e il team-building, possono diventare parte intrinseca della natura stessa dell'adulto attraverso programmi di formazione efficaci e una pratica costante. (Radhika Kapur, 2020)

Le principali capacità di problem solving sono: ascolto attivo, creatività, comunicazione, analisi, gestione del tempo, decision making, team building.

Conseguenze della mancanza

La mancanza di capacità di problem solving può facilmente minare il morale, la fedeltà e la produttività dei dipendenti. La ricerca mostra che molte aziende non riescono a raggiungere il loro pieno potenziale perché non sanno come effettuare un'analisi approfondita dei risultati o della situazione economica attuale, non comprendono i principi di base del processo decisionale e non incoraggiano la creatività.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



La ragione più comune dell'incapacità di risolvere i problemi in modo efficiente è la mancanza di capacità nell'identificazione del problema. Se non riuscite a vedere chiaramente ciò che accade intorno a voi, non potete trovare la soluzione. Se si è troppo concentrati sui piccoli dettagli, non si riesce a vedere il quadro generale. (Maximo V., Jr. & Dela Cruz, 2022)

I principali aspetti negativi della mancanza di capacità di problem solving sono:

- **L'incapacità di trovare le cause del problema o condurre ricerche**

Se non si è in grado di analizzare un problema o di vederne l'entità, si può avere la tentazione di buttarsi a capofitto nella ricerca di soluzioni. La soluzione trovata può facilmente essere inefficace e si rischia di perdere tempo e fatica.

- **Non sapere come sviluppare un piano d'azione o una strategia di esecuzione**

Più complesso è il problema, più misure dovrebbero essere adottate per risolverlo. La tua incapacità di vedere quanto tempo è disponibile, quali sono le tempistiche stabilite può facilmente causare fallimento e frustrazione.

- **Mancanza di approccio creativo**

La creatività include una vasta gamma di abilità. L'errore più comune è pensare che la creatività consista nel diventare un artista, un poeta o un musicista. Tuttavia, la creatività può essere vista piuttosto come una gioiosa volontà di impegnarsi con il mondo. È uno stato di attenzione ai dettagli. Se ti manca la creatività, non si possono aprire molte porte.

- **Incapacità di comunicare**

La forte tendenza a dimenticare che l'ascolto attivo e l'udito passivo non sono la stessa cosa può causare problemi di comunicazione. Inviando messaggi attraverso le nostre lenti soggettive, interpretiamo male le parole e dimentichiamo che la comunicazione è una strada a doppio senso. Può portare a confusione, animosità e incomprensione. (Katherine Hampsten, 2019)





Cofinanziato
dall'Unione europea

Vantaggi

Più abbiamo capacità di problem solving, più siamo in grado di trovare soluzioni efficaci e pratiche. È sempre bene scomporre un problema, scavare un po' più a fondo per capire quale sia la vera causa, fare un brainstorming delle possibili soluzioni e delineare il piano d'azione più efficace. In futuro, potrete comportarvi in modo proattivo. (Oxford Royale, 2020)

L'ambiente aziendale in cui lavoriamo sta cambiando molto velocemente. Le soluzioni e gli approcci che erano efficaci qualche anno fa, oggi non funzionano più. Molti programmi di sviluppo sono diventati obsoleti di recente perché si basavano su modelli di successo per un mondo che era, non per un mondo che è o che sta per arrivare. (Roselinde Torres, 2019)

I principali aspetti positivi di avere capacità di problem solving sono:

- **Aumento della produttività.**

Sapere come affrontare un problema aumenterà la vostra produttività e la vostra crescita. Vedrete chiaramente come allocare e utilizzare le risorse.

- **La capacità di vedere le cause profonde del problema.**

Questa abilità vi aiuterà a non ripetere sempre gli stessi errori. In questo modo, potrete affrontare il problema e non solo mascherare i sintomi.

- **Miglioramenti nella comunicazione.**

Ci piacciono le persone che ascoltano bene. Senza dubbio, sentiamo che sono coinvolte e impegnate in ciò che l'altra persona sta dicendo. Fanno domande, raccolgono informazioni, riflettono.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Suggerimenti e strumenti per sviluppare capacità

- **Sviluppare empatia**

L'empatia vi aiuterà a vedere le prospettive degli altri. Grazie a un approccio empatico, capirete i vostri colleghi e clienti. Le vostre decisioni li faranno sentire apprezzati.

Esercitare la perseveranza

Più problemi risolvete, più sarete bravi a trovare le soluzioni giuste. Grazie all'allenamento costante, diventerete sempre più efficienti.

- **Chiedere aiuto**

Se siete in un vicolo cieco, cercate qualcuno con un livello di competenza superiore. Potreste trovare una soluzione a cui non avevate mai pensato prima.

Esempio: Immagina di avere a che fare con un cliente che ha frainteso il rappresentante di vendita. Il cliente irritato insiste per pagare molto meno e vuole che abbassiate il prezzo. Cosa fareste?

Il primo passo è scusarsi per la confusione e parlare con il team di fatturazione o con il vostro manager. In questo modo mostrerete empatia e chiederete aiuto ai vostri colleghi.

Il passo successivo potrebbe essere quello di offrire un pacchetto di sconti a lungo termine. Il cliente rimarrà soddisfatto del prezzo e lo vedrete nel vostro negozio nel prossimo futuro.





Cofinanziato
dall'Unione europea

Comprensione scritta

Presentazione delle competenze

Definizione

La comprensione scritta in sé significa comprendere e interpretare ciò che si legge. È la capacità di decodificare un testo scritto e le diverse strutture linguistiche e di immaginarle e/o usarle.

Conseguenza della mancanza

Al giorno d'oggi è molto importante migliorare le capacità di comprensione scritta non solo nel senso dell'alfabetizzazione, ma anche del pensiero critico, perché questa è l'era digitale in cui la maggior parte della comunicazione quotidiana avviene in un ambiente online. È quindi necessario esprimersi in modo chiaro, soprattutto quando si posta qualcosa sui social network, dove casualmente può capitare di avere un limite di caratteri, il che significa che l'idea deve essere ben congegnata per evitare fraintendimenti e disinformazione. Inoltre, bisogna tenere conto delle particolarità culturali, ad esempio l'inglese usato nel Regno Unito e quello usato negli Stati Uniti o in Australia - attenzione, potreste trovare dei falsi amici - parole ed espressioni che sembrano e suonano allo stesso modo ma hanno un altro significato e potrebbero mettervi in difficoltà se non cogliete le differenze culturali. Anche in un ambiente professionale, una sfida potrebbe essere rappresentata dalle abbreviazioni specifiche di un settore, un altro elemento linguistico importante da tenere a mente.

Per concludere questa parte, i principali problemi che potreste affrontare sono:

- Abbreviazioni



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- Fraintendimenti e situazioni ambigue
- Idee espresse in modo impreciso
- Disinformazione
- Mancanza di conoscenza delle differenze culturali
- "Falsi amici" nella lingua di destinazione
- Manca il contesto
- Problemi di risoluzione dei problemi
- Trovare le informazioni principali

Vantaggi

Se si pensa all'apprendimento di una lingua, ci sono diversi professionisti che prestano attenzione alla comprensione scritta, per esempio (Dorothy Brandon, 2021):

- **Prevedibilità:** è possibile prevedere il contenuto in base alla copertina, al primo paragrafo o al titolo e ciò consente a voi e all'insegnante di capire alcuni concetti chiave e il vocabolario con cui avete già familiarità e gli aspetti che potrebbero essere migliorati.
- **Conoscenze pregresse:** Durante il processo di lettura si rafforzano le conoscenze già esistenti e si imparano nuove costruzioni e funzioni linguistiche nella lingua di arrivo, oltre a notare alcune particolarità della scrittura e a pensare alla pronuncia. Si tratta di una cosiddetta acquisizione quando si acquisiscono conoscenze in modo inconsapevole. Potreste pensare che leggere sia noioso, ma in realtà vi dà molte conoscenze e vi permette di esplorare la lingua di destinazione al vostro ritmo, sulla base della vostra esperienza e delle vostre conoscenze, e di immergervi nei dettagli che altrimenti a volte vi sfuggono.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- **Visualizzazione:** Durante la lettura di un testo, non si leggono solo parole e lettere, ma il cervello mette insieme queste parole in base al contesto e crea un'immagine visiva per comprendere meglio il contenuto. Naturalmente ci sono eccezioni e disabilità diverse che vanno considerate, ma la visualizzazione individua comunque il contenuto scritto. Inoltre, la visualizzazione si basa sull'esperienza e sulle conoscenze pregresse, ma consente una maggiore comprensione delle diverse strutture linguistiche.



Suggerimenti e strumenti per migliorare queste competenze

- Se siete principianti, iniziate con testi più piccoli e prendete preferibilmente appunti durante la lettura.
- Se possibile, scegliete materiale di lettura con più visualizzazioni. Immagini, colori, infografiche e altri stimoli visivi potrebbero incoraggiarvi e attrarvi maggiormente nel processo di lettura e aiutarvi a comprendere meglio il contesto. Libri illustrati e fumetti non faranno lavorare troppo la vostra immaginazione, quindi potrete concentrarvi sulla parte linguistica.
- Create il vostro vocabolario e classificatelo in base a ciò che vi aiuta a percepire le informazioni in modo più profondo. Individualizzalo.
- Procedete per gradi e non scoraggiatevi se la comprensione dei testi scritti richiede più tempo. Iniziate con un livello basato sulle vostre conoscenze, invece di prendere il libro più spesso nella sua edizione originale perché avete sempre voluto leggerlo in lingua originale.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Le edizioni differiscono e il linguaggio utilizzato potrebbe essere obsoleto e difficile da capire.

- Tenete presente che la lingua scritta è diversa dalla lingua parlata. La lingua scritta si basa più spesso sul linguaggio letterario, mentre la lingua parlata ha le sue regole ed eccezioni di conversazione, senza contare che la pronuncia non è la stessa delle parole scritte. Un'altra cosa se parliamo di uso professionale della lingua: il linguaggio commerciale si differenzia da quello letterario per le sue strutture linguistiche, la terminologia specifica e le strutture grammaticali.
- Per l'acquisizione del vocabolario della vendita al dettaglio, si consiglia di esplorare i negozi online esistenti con testi e immagini descrittive. Sarà anche utile notare le migliori pratiche e le cose da evitare per la propria attività.



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Tecniche di pitching efficaci

Principali competenze

Fiducia in sé stessi\Vendite\Chiarezza\Orientamento al cliente\Precisione\Preparazione

Definizione

Il pitching è la strategia di presentazione del prodotto con argomenti originali, chiari e convincenti. Quindi, possiamo dire che il pitching è un metodo per comunicare la vostra idea in modo accattivante in modo da ottenere sempre un sì! L'idea alla base di una strategia di pitching efficace è quella di evidenziare in breve tempo la vostra idea di prodotto fornendo una serie di informazioni chiave su di essa. Per fare ciò, ecco alcune azioni chiave **che devono essere intraprese**:

- **Fai una descrizione chiara** del tuo prodotto/servizio in modo semplice e accattivante
- **Sii fiducioso**, usa un tono di voce che dimostri che credi nella tua idea e che anche coloro che ascoltano dovrebbero
- **Colpisci il punto principale**, il tuo messaggio principale dovrebbe essere chiaro entro i primi minuti della tua presentazione
- **Sii incentrato sul cliente**, mostra ai clienti a cui tieni e che il tuo prodotto è su misura per loro!
- **Evidenzia i tuoi punti di forza**, perché sei diverso dai tuoi concorrenti e perché sceglierti
- **Sii conciso**, devi attirare l'attenzione del tuo pubblico per consegnare il tuo messaggio
- **Metti sotto i riflettori i vantaggi** del tuo servizio\prodotto, mostra di avere ciò di cui il tuo pubblico ha bisogno in modo innovativo
- **Sii pratico e preciso**, fornisci un esempio realistico della tua soluzione





Cofinanziato
dall'Unione europea

Conseguenza della mancanza

Abbiamo appena visto quali sono le azioni essenziali da intraprendere per avere una tecnica di pitching che possa portare il tuo modello di business a vincere nel tempo ma, cosa succede quando non li hai? Al fine di promuovere al meglio il tuo e-commerce e ciò che offri, è anche importante fare luce su ciò che devi evitare e cosa non fare, in modo da poter garantire il miglior successo possibile per il tuo e-commerce. Ecco, quindi, alcune **azioni da evitare**:

- **Screditare i tuoi concorrenti**, ti farà apparire negativamente di fronte ai tuoi clienti
- **Essere insicuro** sul tuo piano d'azione, può farti sembrare non completamente impegnato e scettico sulla tua proposta
- **Non fornire informazioni solide**, dati o ricerche documentali sulle esigenze del mercato
- **Mancanza di chiarezza**, su ciò che stai offrendo e ciò che ti distingue nel mercato
- **Mettere poca attenzione e sforzo** nel tuo pitching, il cliente è attento e non si sentirà coinvolto!

Vantaggi

Dopo aver visto quali sono le tecniche di pitching, come implementarle in modo efficace e cosa evitare nel promuovere il tuo e-commerce, possiamo sottolineare quali sono i principali vantaggi di una tecnica di pitching efficace. Anche se a questo punto ti saranno sicuramente molto chiari, lascia che ti rinfreschi la memoria elencando i **principali vantaggi** delle tecniche di pitching efficaci:

- Raggiungere un pubblico con la tua idea\prodotto in modo breve e chiaro
- Ottenere una panoramica completa delle esigenze individuali e di come rispondere ad esse
- Dimostrare di voler costruire e/o mantenere un rapporto diretto con i clienti che si basi sulla fiducia e sulla serietà della proposta
- Ispirare lealtà all'interno del tuo pubblico di destinazione



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- Attirare l'attenzione sul tuo prodotto\idea in modo accattivante e innovativo



Suggerimenti e strumenti per migliorare queste competenze

Ricorda che la tua capacità di fornire un tono efficace ha un impatto significativo sul tuo successo e che il tuo ascoltatore è al centro della tua storia. Stai fornendo **IL** servizio di cui hanno bisogno, la soluzione di e-commerce che cercano. Come imprenditore di e-commerce, devi sapere come attirare (o mantenere) i tuoi clienti e creare fiducia. Per farlo devi dimostrare che il tuo primo obiettivo è aiutarli (e non vendere) e in questo modo ispirerai lealtà. Ricorda: mantenere i clienti nel tempo è un punto di forza! **Per fare ciò è necessario:**

- Rivolgersi a nuovi potenziali clienti descrivendo come li aiuterai
- Mantenere i clienti che hai già proponendo loro codici sconto\promozioni

Esempio: usa lo storytelling per mantenere l'attenzione di coloro che ti ascoltano quando stai proponendo la tua idea. Sventola la tua passione durante la presentazione e usa un lasso di tempo in cui un ipotetico cliente trova la soluzione a ciò di cui ha bisogno proprio nel tuo e-commerce. In questo modo, il futuro cliente potrà immedesimarsi nella storia descritta e il vostro cliente abituale si sentirà rappresentato. Potete spiegare quali soluzioni offre il vostro e-commerce, con un metodo semplice e raramente utilizzato nell'e-commerce (un motivo in più per usarlo!).



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Inoltre, non dimenticate l'importanza di utilizzare strumenti che possono aiutarvi a promuovere meglio il vostro e-commerce e a far crescere nel tempo la vostra idea di business, come ad esempio:

- Infografiche e video che mostrano i dati, descrivono il prodotto e catturano l'attenzione (non utilizzare caratteri di piccole dimensioni o difficili da leggere)
- Usare colori, immagini e forme che riflettono l'identità visiva del tuo e-commerce
- Sessioni di Q&A o FAQ box, fornendo uno spazio per avere un rapporto diretto con le richieste dei consumatori
- Usare i giusti canali di promozione e le giuste piattaforme per creare al meglio i tuoi contenuti digitali.

Ultimo ma non meno importante, ricorda che le presentazioni grafiche e visive sono utili per dare consistenza alla tua idea e supportarti ma il tuo tono, le tue parole e la tua passione faranno sicuramente la differenza, fidati della tua proposta!



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

Conclusioni

Tutte le competenze appena elencate, la conoscenza del vocabolario nella lingua di destinazione, l'uso dei social media, la capacità di espressione orale nella lingua di destinazione, la comprensione orale nella lingua di destinazione, la gestione efficace di un sito web, la pazienza, la sensibilità culturale ed etica, la capacità di risolvere i problemi, la comprensione scritta nella lingua di destinazione, le tecniche di pitching efficaci, sono le dieci competenze più importanti che potete acquisire per migliorare la vostra attività al dettaglio e farla crescere a livello internazionale. Sono tutte complementari e interconnesse. Queste competenze vi serviranno quotidianamente durante il lavoro e alcune possono essere utili anche nella vita privata.

Questa guida non è esaustiva e presenta ogni abilità una per una per farvela conoscere. Fornisce le informazioni minime, in modo che possiate conoscere il loro significato e in quale contesto possono essere utili. È solo un piccolo catalogo, per cominciare. Ora che conoscete meglio le competenze più importanti per lo sviluppo del retail a livello internazionale, potete provare a metterle in pratica nella vostra vita lavorativa quotidiana.

Soprattutto, non mettete troppa pressione su voi stessi e sulla vostra attività. Procedete per gradi e date priorità alle competenze che dovete sviluppare per prime. Se magari siete già bravi nelle lingue e avete avuto problemi a gestire alcuni clienti sgradevoli senza sapere come reagire, vi concentrerete sulla capacità di risolvere i problemi. Sicuramente avete già molte competenze grazie alla vostra esperienza.

Non basterà leggere questa guida per sviluppare le vostre competenze, ma avrete una visione chiara di ciò che vi serve e di ciò che avete già acquisito in passato. Potete iniziare a tenere a mente le competenze che volete sviluppare ogni volta che vi sentite bloccati o dovete



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

affrontare un problema in azienda e pensare a come potrebbero essere utili in quella situazione. Poi, le metterete in pratica. Non sarà perfetto la prima volta, ma lo diventerà con la ripetizione.

Se volete sviluppare le competenze presentate in questa guida, non esitate a iscrivervi ai nostri corsi di microlearning qui: <https://talkretaillearning.infoproject.eu/>

Questo corso è gratuito e l'aspetto del microlearning vi permette di farlo a vostro piacimento, poco alla volta, quando avete tempo. Avete a disposizione un corso per abilità, ciascuno suddiviso in diverse unità di circa 10 minuti. In ogni unità sono presenti esempi, un piccolo video esplicativo con sottotitoli e un piccolo esercizio per ricordare meglio quanto appreso. Ogni corso è in inglese, per permettervi di migliorare allo stesso tempo le vostre competenze linguistiche.

Se volete maggiori informazioni, potete visitare il sito web del progetto [qui](#).



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Bibliografia

- Anuradha K., Tavade D., Chandrashekhar S. (2021), An Analysis on Different Techniques Used in Recommender System of E-commerce.
http://ijrtmr.com/assets/pdf/archives/1631861685_039b5c660c1d31027dfd.pdf
- Bachman, L. (1990). *Fundamental Considerations in Language Testing*. Oxford UK: Oxford University Press
- Dorf S. (2018), 7 Essential Presentation Skills For Investor Pitching
<https://magazine.startus.cc/7-essential-presentation-skills-for-investor-pitching/>
- Dunsmore, L., (2020). *Why is Teaching Vocabulary so Important?*. 17 January, 2020. Available at: <https://www.teflcourse.net/blog/why-is-teaching-vocabulary-so-important-ittt-tefl-blog/>. (Accessed: 10 January 2023).
- Faraj, Avan Kamal Aziz. (2015) *Effective Strategies for Turning Receptive Vocabulary into Productive Vocabulary in EFL Context*. Journal of Education and Practice, v6 n27 p10-19 2015. Available at: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1077387.pdf>. (Accessed: 10 January 2023)
- Garbati, J.F., and Mady, C.J., (2015). *Oral Skill Development in Second Languages: A Review in Search of Best Practices*. Theory and Practice in Language Studies, Vol.5, No.9, pp. 1763-1770, doi: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0509.01> (Accessed: 10 January 2023).
- Geethu Maria Mathew (2015), How to Pitch eCommerce Business.
<https://webandcrafts.com/blog/how-to-pitch-ecommerce-business/>
- How do you test and refine your pitch deck based on feedback and results?
<https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-test-refine-your-pitch-deck-based-feedback>
- Lessard-Clouston, M. (2013) *Teaching Vocabulary*. Available at:
https://www.tesol.org/docs/books/bk_ELTD_Vocabulary_974. (Accessed: 10 January 2023).





Cofinanziato
dall'Unione europea

- Levy J., (2017) 6 Pitching Tips to Impress Any Audience. <https://www.inc.com/jon-levy/6-pitching-tips-to-impress-any-audience.html>
- McKeown, M., (2019). *Effective Vocabulary Instruction Fosters Knowing Words, Using Words, and Understanding How Words Work*. Available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31600467/>. (Accessed: 10 January 2023).
- Mokhtar, A et al., (2010) *Vocabulary Knowledge of Adult ESL Learners*. English Language Teaching.
- Okey-Kalu, O., (2018). *Developing Oral Proficiency in Second Language Learning: Importance, Barriers and Solutions*. Ebonyl Journal of Language and Literacy Studies. Vol. 1, No. 2: pp. 175-185. Available at: http://www.ejlls.com/uploads/722570_1529801559.pdf. (Accessed: 10 January 2023).
- Panchal Kunjal (2016), 8 tips on how to pitch your ecommerce business. <https://ventureburn.com/2016/08/8-tips-pitch-ecommerce-business/>
- PDST. (2014). *Five Components of Effective Oral Language Instruction*. Dublin, Ireland: PDST. Available at: <https://pdst.ie/sites/default/files/Oral%20Language%20Booklet%20PDF.pdf> (Accessed: 10 January 2023).
- Press Books (2023). *Language Proficiency and Communicative Competence*. <https://opentext.wsu.edu/planning-meaningful-instruction-for-ells/chapter/chapter-2-language-proficiency-and-communicative-competence/> (Accessed: 10 January 2023).
- Sazzini L., (n.d.) Le regole d'oro per un pitch di successo: come presentare la propria start up agli imprenditori? <https://mybestinvest.it/blog/crowdfunding/intervista-eugenio-cesari-cfo-di-mybestinvest/>
- The Bell Foundation (2023). *Great Idea: Building Vocabulary*. Available at: <https://www.bell-foundation.org.uk/eal-programme/guidance/effective-teaching-of-eal-learners/great-ideas/introducing-new-vocabulary/> (Accessed: 10 January 2023).



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- Tombok K., (2023), How to Make a Successful Business Pitch: 9 Tips From Experts, <https://piktochart.com/blog/business-pitch/#:~:text=A%20business%20pitch%20is%20a,who%20will%20support%20your%20idea>
- B. Bathelot (17 November 2017). "Social media management". *Definitions Marketing*. <https://www.definitions-marketing.com/definition/social-media-management/>
- L'École française (2023). "En quoi consiste le marketing des réseaux sociaux". <https://lecolefrancaise.fr/en-quoi-consiste-le-marketing-des-reseaux-sociaux/>
- C. Alonzp de Revel (13 June 2016). "10 raisons d'utiliser les médias sociaux pour les entreprises". *Hootsuite*. <https://blog.hootsuite.com/fr/10-raisons-dutiliser-les-medias-sociaux-pour-les-entreprises/>
- P. Birbès (13 January 2023). "Quel réseau social choisir pour développer son entreprise?". *France Num*. <https://www.francenum.gouv.fr/guides-et-conseils/communication-et-publicite/reseaux-sociaux/quel-reseau-social-choisir-pour>
- Académie de Versailles (2023). "L'utilisation des réseaux sociaux dans l'entreprise". *Centre de Ressources en Économie-Gestion*. <https://creg.ac-versailles.fr/l-utilisation-des-reseaux-sociaux-dans-l-entreprise>
- Ernst-Slavit, G & Egbert, J. (2023). *Planning Meaningful Instruction for ELLS*. <https://opentext.wsu.edu/planning-meaningful-instruction-for-ells/chapter/chapter-2-language-proficiency-and-communicative-competence/> (Accessed: 10 January 2023).
- Acosta-Rodriguez, V.M., Ramírez-Santana, G.M. & Hernández-Expósito, S. (2022), Intervention for oral language comprehension skills in preschoolers with developmental language disorder. *International Journal of Language and Communication Disorders*. 57: 90-102. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1460-6984.12676>
- Ahmed, R. (2015). Five essential listening skills for English learners. British Council



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- <https://www.britishcouncil.org/voices-magazine/five-essential-listening-skills-english-learners>
- Kinnane, D. (n.d.). Oral language comprehension: what is it? A plain English explainer. Banter Speech. <https://www.banterspeech.com.au/oral-language-comprehension-what-is-it-a-plain-english-explainer/#:~:text=Oral%20language%20comprehension%20is%20a,%E2%80%93%20see%20full%20citation%20below>)
- Macmillan Dictionary (n.d.). Piece. In Macmillan Education Limited 2009–2023. https://www.macmillandictionary.com/pronunciation/british/piece_1
- Margaret Rouse (2020, August 12). *Website*. <https://www.techopedia.com/definition/5411/website>
- Ibexa DXP (2023). *What is website management?* <https://www.ibexa.co/products/capabilities/what-is-website-management#:~:text=Website%20management%20is%20the%20collection,content%20delivery%20and%20marketing%20strategy>
- Thinkful (2023). *Web development terms*. <https://www.thinkful.com/blog/web-development-terms/>
- CISA (2021, February 1). *What is cybersecurity?* <https://www.cisa.gov/uscert/ncas/tips/ST04-001>
- MDN contributors (2023, February 24). *What is web performance?* https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Learn/Performance/What_is_web_performance
- Shawn Lawton Henry (2022, March 31). *Introduction to web accessibility*. <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>
- BBC Worklife, Bryan Lufkin (2021). *Why do we buy into the cult of overwork?*
- [Why do we buy into the 'cult' of overwork? - BBC Worklife](#)



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Cofinanziato
dall'Unione europea

- The UC Berkeley Haas School of Business, Pamela Tom (2017). A study finds links between patience and imagination in the brain. [Be More Patient? Imagine That. | Haas News | Berkeley Haas](#)
- Pablo Usán Supervía , Carlos Salavera Bordás , Víctor Murillo Lorente (2020). Exploring the Psychological Effects of Optimism on Life Satisfaction in Students. The Mediating Role of Goal Orientations - PubMed (nih.gov)
- [Exploring the Psychological Effects of Optimism on Life Satisfaction in Students: The Mediating Role of Goal Orientations - PubMed \(nih.gov\)](#)
- Harvard Business Review. Shawn Achor & Michelle Gielan (2020). What Leading with Optimism Really Looks Like.
- [What Leading with Optimism Really Looks Like \(hbr.org\)](#)
- Xianchi Dai , Ayelet Fishbach (2013). When waiting to choose increases patience Organizational Behavior and Human Decision Processes Volume 121, Issue 2, Pages 256-266. [When waiting to choose increases patience - ScienceDirect](#)
- Blodgett, J.G., Lu, L.C., Rose, G.M. et al. Ethical sensitivity to stakeholder interests: A cross-cultural comparison. J. of the Acad. Mark. Sci. 29, 190–202 (2001). <https://doi.org/10.1177/03079459994551>
- Lindblad, M. (n.d.). Cultural Diversity & Business Ethics. Small business. Chron. <https://smallbusiness.chron.com/cultural-diversity-business-ethics-26116.html>
- Toppan Digital Language (n.d.). Cultural Sensitivity: How to Market Your Brand to Other Cultures. Toppan Digital Language, <https://toppandigital.com/translation-blog/cultural-sensitivity-market-brand-cultures/>
- UKessays. (November 2018). A Study About Retail Ethical Issues Business Essay. <https://www.ukessays.com/essays/business/a-study-about-retail-ethical-issues-business-essay.php?vref=1>



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



- (n.d.), What is pitching a product? <https://airfocus.com/glossary/what-is-pitching-a-product/#:~:text=Pitching%20a%20product%20is%20just,to%20discuss%20it%20in%20detail.>
- Radhika Kapur (2020). Problem-Solving Skills: Essential Skills in Providing Solutions to Personal and Professional Problems. [\(PDF\) Problem-Solving Skills: Essential Skills in Providing Solutions to Personal and Professional Problems \(researchgate.net\)](#)
- Hijada, Maximo V., Jr.; Dela Cruz, Melodina L. (2022). The Gap between Comprehension Level and Problem-Solving Skills in Learning Mathematics, Online Submission, Universal Journal of Educational Research v1 n1 p35-43. [ERIC - ED621118 - The Gap between Comprehension Level and Problem-Solving Skills in Learning Mathematics, Online Submission, 2022-Mar](#)
- Katherin Hampsten (2019). TED: How miscommunication happens and how to avoid it. [Katherine Hampsten: How miscommunication happens \(and how to avoid it\) | TED Talk](#)
- Oxford Royal Academy (2020). 7 Common study problems and how to deal with them. [7 Common Study Problems and How to Deal with Them - Oxford Royale Academy \(oxford-royale.com\)](#)
- (n.d.) Pitch - Definizione. <https://www.economyup.it/glossario/pitch-definizione/>
- Roselinde Torres (2019). What it takes to be a great leader. [Roselinde Torres: What it takes to be a great leader | TED Talk](#)
- Brandon Dorothy (2021, March 26). *The importance of reading comprehension.* <https://www.aces.edu/blog/topics/home-family-urban/the-importance-of-reading-comprehension/#:~:text=Comprehension%20adds%20meaning%20to%20what,work%2C%20and%20life%20in%20general.>
- Clements James (n.a.). *What is reading comprehension and why is it important?* <https://www.oxfordowl.co.uk/welcome-back/for-school-back/pathways-page/pathwayslist/teaching-comprehension/background-questions-tc/wales--16/what-is-reading-comprehension-and-why-is-it-important--2>





Cofinanziato
dall'Unione europea

Immagini:

- Screenshot from the website Southern Tide Media, “16 of the Best Website Homepage Design Examples”, January 23, last access 03.02.2023.,
<https://www.southerntidemediacom/16-of-the-best-website-homepage-design-examples/>
- Screenshot from the website Hubspot.com, ‘19 Examples of Bad Website Design in 2022 [+What They Got Wrong]’, published by Anna Fitzgerald, 22 September, 2022, last accessed 03.02.2023. https://blog.hubspot.com/website/bad-vs-good-design?hubs_content=blog.hubspot.com%2Fwebsite%2Fbad-vs-good-design&hubs_content-cta=The%20Showcase%20of%20%E2%80%9CBad%E2%80%9D%20Websites
- Questa guida è stata creata con le risorse di Flaticon.com



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.