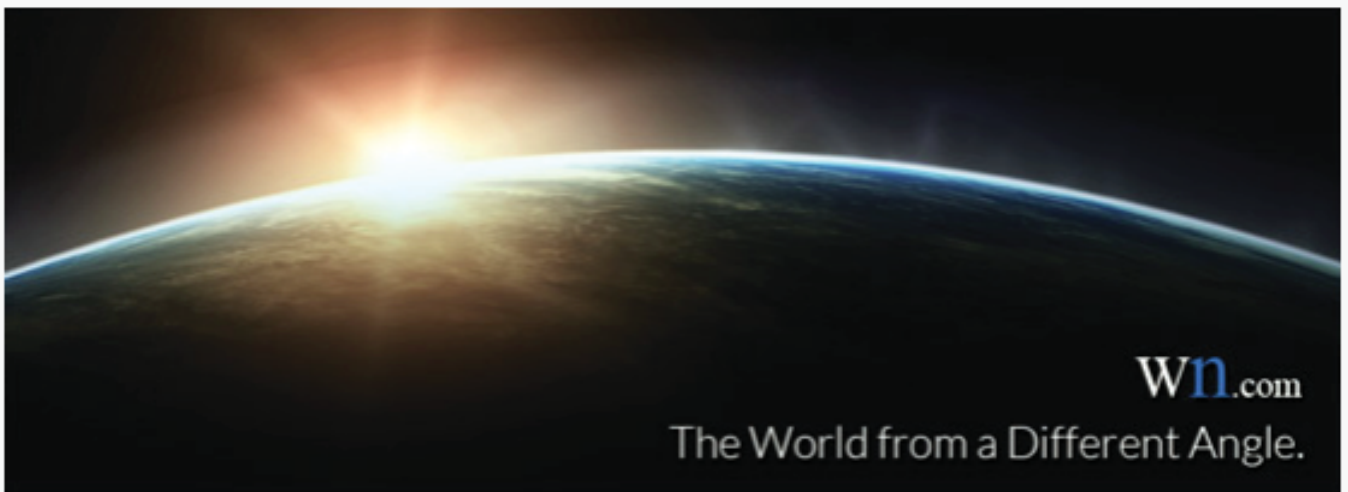


Point of care: nuove opportunità professionali dalla diagnostica decentralizzata (Diesis Group Srl)



Source: Diesis Group Srl) Point of care: nuove opportunità professionali dalla diagnostica decentralizzata Aziende che puntano sulla diagnostica nell'ambito della chimica clinica e della telecardiologia vedono costantemente i loro fatturati in crescita, soprattutto quando si parla di Point of Care. Le multinazionali del settore nel 2013 hanno registrato utili intorno al 15% e questo si ripercuote nell'assunzione: nell'ultimo anno tutti i principali player del settore hanno assunto figure con professionalità diverse. 22 ottobre 2014 - Da alcuni anni e sempre con maggiore intensità si sente parlare di diagnostica...

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO	LETTORI	FONTI	INDICE	CM	PAG.
www.noodles.com	23 ott 2014	Point of care			0,0		1

Point of care: nuove opportunità professionali dalla diagnostica decentralizzata

distributed by noodles on 23/10/2014 08:22

Point of care: nuove opportunità professionali dalla diagnostica decentralizzata

Aziende che puntano sulla diagnostica nell'ambito della chimica clinica e della telecardiologia vedono costantemente i loro fatturati in crescita, soprattutto quando si parla di Point of Care. Le multinazionali del settore nel 2013 hanno registrato utili intorno al 15% e questo si ripercuote nell'assunzione: nell'ultimo anno tutti i principali player del settore hanno assunto figure con professionalità diverse.

22 ottobre 2014 - Da alcuni anni e sempre con maggiore intensità si sente parlare di diagnostica decentralizzata detta anche Point of Care (POCT). Con questo termine si indica la possibilità di effettuare alcune analisi di chimica clinica e di telecardiologia al di fuori dei classici laboratori analisi, cercando di essere "più vicino alla vita del paziente". Questo fenomeno da un lato offre la possibilità ai pazienti di eseguire i test nel modo più comodo e immediato possibile e contemporaneamente si trasforma in opportunità di nuova occupazione.

"Le ricerche più frequenti sono quelle in ambito commerciale, per esempio Product Specialist e nell'ambito dell'assistenza tecnica, come Field Service Engineer, - afferma Teresa Caputo, manager di Technical Hunters - Per la diagnosi decentralizzata si ricorre infatti all'utilizzo di strumenti trasportabili, portatili e palmari, kit test, tutti ad alto livello tecnologico che richiedono una formazione e assistenza accurata per il loro uso."

Si tratta di professionalità capillarmente presenti sul territorio. I Product Specialist agiscono nella fase di pre-vendita e di vendita, in affiancamento alla rete commerciale, in quanto specialisti tecnici di prodotto, e si occupano della formazione del personale che dovrà ricorrere all'utilizzo della strumentazione scientifica. I Field Service Engineer affiancano il customer service, intervenendo fisicamente, laddove non sia possibile da remoto, per riparare eventuali guasti delle apparecchiature o semplicemente per l'assistenza manutentiva ordinaria.

Dal punto di vista dell'inquadramento, i Product Specialist e i Service Engineer si posizionano ai primi livelli impiegatizi, (raramente sono quadri) e percepiscono una RAL che oscilla tra i 35mila e i 40mila Euro, in base alla seniority. Tra i loro benefit vi è l'auto aziendale, strumento fondamentale per lo svolgimento della professione. Diversa è la situazione, come accade in alcune realtà più piccole e meno strutturate, in cui la figura del Product Specialist non esiste o meglio coincide con la figura del venditore che è responsabile sia del training, sia della vendita del prodotto per un determinato territorio. In questo caso si può trovare personale assunto con contratto di agenzia e con RAL significativamente più importanti (60/70mila Euro) a cui sommare benefit ed eventuali provvigioni.

"Le aziende sono interessate ad incontrare candidati con almeno 3 o 4 anni di esperienza acquisita nel ruolo poiché necessitano di professionisti in grado di essere operativi fin da subito e disponibili ad effettuare trasferte anche per il 70-80% del tempo, - prosegue Teresa Caputo. - Dal punto di vista formativo-scolastico per i Product Specialist sono preferite lauree di stampo scientifico o biomedicale, nel caso delle figure di Service si prediligono profili con formazione ingegneristica, ma anche candidati con diploma tecnico, a patto che abbiano conseguito una significativa esperienza, specie presso competitors. Dal punto di vista delle soft skills, visto il lavoro a costante contatto con i clienti e stakeholders, è fondamentale che i candidati abbiano delle buone doti relazionali e siano molto proattivi nel prevenire eventuali loro necessità."