



Masdar Consulting

OBIETTIVI

Comprendere metodi e tecniche per costruire una rete commerciale o gestire la rete esistente attraverso l'utilizzo di strumenti di analisi ed efficienza commerciali.

DESTINATARI

Direttori commerciali e manager che vogliono gestire al meglio la propria attività e quella del team

DURATA

3-5 gg

KEY WORDS

Definire le priorità, pianificare il proprio tempo e della forza vendita, monitorare i risultati, reporting commerciale, matrici di portafoglio, assegnare obiettivi coerenti.

MODALITA'

Analisi dei dati, affiancamento, training on the job, preparazione strumenti commerciali.

CHI EROGA IL SERVIZIO

Consulenti senior, con esperienza aziendale in funzioni di direzione generale e commerciale.

Strumenti e tecniche per migliorare la gestione e la pianificazione delle vendite

La vendita è creativa?

Aggiungi metodo e strumenti per andare 'oltre la creatività'

'Keep It Simple'. Obiettivi chiari, zone definite, clienti assegnati: porta la semplicità in area commerciale

Prevedere per decidere. Tenere sotto controllo i principali indicatori della vendita, per decidere

Il servizio permette di acquisire metodi, tecniche e strumenti per trasformare l'area commerciale in una funzione di eccellenza, superando l'errata percezione che la vendita è 'creativa' e 'non scientifica'

Il valore e i benefici attesi per il cliente

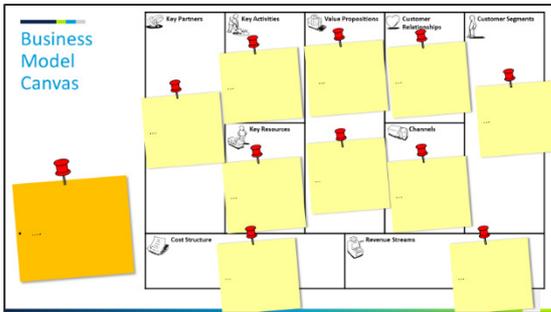
Il responsabile commerciale e i venditori ricevono un supporto operativo per mettere ordine nella vendita: dalla creazione della strategia commerciale, all'implementazione della stessa, con un follow up regolare, affiancamento e trasferimento costante di conoscenze e metodi.

Il team di vendita acquisisce un nuovo modo di operare, professionale ed efficace. Lavorare con semplicità aiuta a raggiungere i risultati, riconoscere ciò che è di valore per il cliente e per l'azienda e ciò che è spreco e inefficienza: obiettivi chiari e misurabili, pianificare le attività, analizzare in maniera costruttiva i risultati, definire le priorità.

Il servizio include le seguenti attività, a supporto del responsabile commerciale:

- Come costruire una strategia commerciale chiara, semplice e sostenibile
- Come assegnare obiettivi sfidanti e coerenti con il proprio mercato di riferimento
- A chi vogliamo vendere
- Come pensiamo di acquisire nuovi clienti e quanto tempo dedichiamo alla ricerca di nuovi clienti
- Come costruire un reporting sintetico, ma efficace per il top management aziendale
- Quanto tempo dedicare alla crescita dei propri collaboratori
- Come riconoscere le diversità di ciascuno e finalizzarle all'obiettivo comune

Esempi di metodi e tecniche



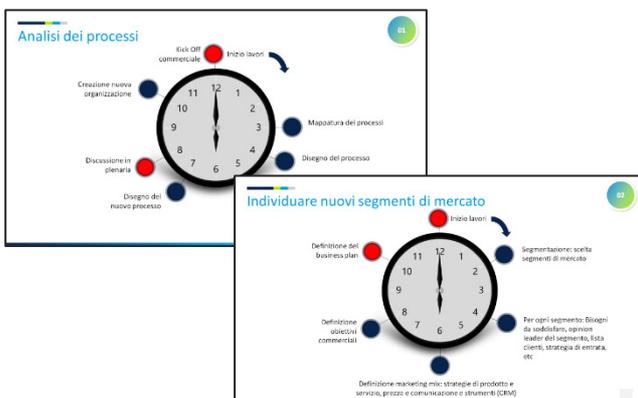
Business Model Canvas

- L'utilizzo dello strumento Business Model Canvas permette di comprendere con semplicità il modello di business attuale, evidenziare eventuali criticità e facilitare la realizzazione di una nuova strategia commerciale
- La comprensione dello strumento e la creazione della strategia commerciale assieme al team di vendita permette un coinvolgimento e un allineamento pieno del team.



Oceano blu – Oceano rosso

- Ripensare criticamente il proprio modello di business, andando oltre la quotidianità e trovare nuove risorse creative.
- Utilizzare un efficace *brain storming* e stimolare il team con le opportune domande:
 - Dove vorrei vendere?
 - Cosa potrei migliorare o innovare?
 - Cosa succede se?



Pianificare e controllare

- Analizzare i processi commerciali per recuperare tempo da dedicare alle attività più 'a valore'.
- Individuare KPI (key performance indicator) che qualifichino l'attività commerciale e il supporto all'area commerciale (customer service, back office commerciale, etc)
- Indirizzare il team di vendita verso segmenti di clienti nuovi e condividere esperienze e criticità