
Lo strumento fondamentale del Direttore Commerciale

Obiettivi:

Strutturare un coerente Piano di Vendita e disporre di un semplice ma efficace sistema di monitoraggio delle attività commerciali e delle aspettative di business nel corso dell'anno. L'attenzione sarà sempre rivolta all'Obiettivo di Vendita aziendale

Destinatari: Titolari di azienda, Direttori Generali, Direttori Commerciali e Marketing

Programma:

- La gestione manageriale di un'Area di vendita
- Le fasi di Analisi e Pianificazione
- Fase di ANALISI
 - Elementi quantitativi, qualitativi e KPI
 - La Legge di Pareto e la Curva ABC
 - La Matrice Clienti Attivi
 - Il Modello di Eisenhower e la Gestione del Tempo
 - La Business Pyramid: Clienti Attivi; Clienti Prospect; Clienti Suspect; Clienti Market: Analisi ed azioni.
- Fase di PIANIFICAZIONE
 - La Vendita per Obiettivi
 - Definizione di Obiettivo. Tipi di Obiettivi
 - Il Modello di Pianificazione
 - Pianificare e Programmare: il Planning Process
- Il Piano di Vendita: concept e struttura
- Il Piano d'Azione

Durante il seminario i partecipanti si cimenteranno in esercitazioni e simulazioni individuali e di gruppo