

Analisi, previsione, decisione

Obiettivi:

Il seminario ha lo scopo di fornire le tecniche ed i metodi più innovativi per pianificare ed organizzare le attività commerciali nella propria zona.

I partecipanti dovranno essere dotati del proprio pc e dei propri dati di vendita (la cui natura verrà comunicata ai partecipanti prima del corso), per elaborare corrette analisi di zona, per strutturare un coerente Piano di Vendita e per apprendere e testare un semplice ma efficace sistema di monitoraggio delle attività commerciali e delle aspettative di business nel corso dell'anno.

Verranno anche apprese le metodologie per formulare Piani d'Azione incisivi finalizzati all'attuazione di importanti attività commerciali (ad es. la ricerca di nuovi clienti o l'attacco a nuovi segmenti di mercato). L'attenzione sarà sempre rivolta al proprio Obiettivo di Vendita.

Tutti gli strumenti menzionati verranno forniti su files Excel di Windows, per il quale sono richieste le conoscenze di base. I lavori saranno individuali ed il relatore seguirà i partecipanti garantendo la piena discrezione delle informazioni. I sistemi di cui sopra sono stati sviluppati con molte aziende del b2b

Destinatari: Funzionari di vendita, Key Account Manager, Capi Area, tecnici commerciali

Programma:

- La Vendita per Obiettivi
- Definizione di Obiettivo.
- Tipi di Obiettivi
- Gli strumenti di Analisi dei risultati quantitativi, qualitativi e dei KPI
- La Legge di Pareto e la Curva ABC
- La Matrice dei Clienti Attivi: correlazione dei valori di Potenziale e di Penetrazione
- Il Modello di Eisenhower e la Gestione del Tempo
- La Business Pyramid: Clienti Attivi; Clienti Prospect; Clienti Suspect; Clienti Market
- Il modello di Pianificazione
- Pianificare e Programmare: il Planning Process
- Il Piano di Vendita e il Sistema HORIZON
- Il Piano d'Azione commerciale

Durante il seminario i partecipanti lavoreranno sugli strumenti di analisi e pianificazione proposti.