

Sviluppare le performance di vendita attraverso il miglioramento dei processi commerciali

Spesso il patrimonio di conoscenze, esperienze, strumenti, che risiedono nella rete di vendita rappresentano i principali elementi di vantaggio competitivo sul mercato, ma altrettanto spesso lo stesso patrimonio di informazioni non viene intercettato e diffuso nell'intera rete commerciale.

Il corso ha l'obiettivo di trasmettere un modello di mappatura, razionalizzazione e diffusione dei principali processi commerciali in linea con la strategia aziendale, al fine di aumentare la competitività, migliorarne l'efficienza, ridurre i costi e valorizzare le persone.

Destinatari

Direttori Commerciali, Direttori Vendite, Direttori Generali e tutti coloro vogliono rendere omogenei processi e pratiche dell'area commerciale, patrimonializzando il sapere presente in azienda.

Metodologia Didattica

Il corso alterna contenuti formativi ad esercitazioni pratiche. I partecipanti seguiranno un modello strutturato di mappatura dei processi commerciali, razionalizzazione, ottimizzazione e condivisione del risultato. L'analisi di casi aziendali simulati, e la condivisioni di best practice completerà il percorso.

Durata: 2 giorni

Obiettivi

- Patrimonializzare il sapere presente in azienda promuovendo la condivisione delle conoscenze
- Fornire uno strumento operativo di mappatura dei processi commerciali
- Evidenziare l'impatto della razionalizzazione dei processi sulle performance di vendita.

Programma

- L'impostazione di un audit dei processi commerciali
- La mappatura dei processi e la raccolta delle best practice di vendita
- L'aggregazione dei dati e il disegno dei processi chiave (per canale, per prodotto, per cliente) in coerenza con la strategia di business
- La comunicazione e condivisione dei processi di vendita omogenei
- Il monitoraggio dell'implementazione dei processi e l'individuazione dei gap.

