



TECNICHE DI SELEZIONE E GESTIONE DI UNA RETE VENDITA

PREMESSE

La rete di vendita è il ponte tra l'azienda ed i potenziali acquirenti dove la crescita, la qualità dei servizi e le dinamiche del mercato sono alla base di una efficace organizzazione di vendita. Ma come organizzare la stessa per aumentare, così, il business nazionale ed internazionale?

OBIETTIVI

Saper scegliere, motivare e guidare la rete vendita verso la marginalità desiderata;

Saper selezionare il partner;

Padroneggiare strumenti di analisi del portafoglio distributori e di valutazione della rete;

Saper equilibrare il portafoglio distributori col portafoglio clienti;

Saper prendere le decisioni operative di trade Marketing;

Redigere e negoziare accordi win-win di medio-lungo periodo con i partner;

Sviluppare un piano d'azione;

Motivare e monitorare i risultati.

CONTENUTI

- Valutare la strutturazione della rete di vendita: numerica, ruoli, equilibrio interni-esterni, etc.;
- Organizzazione di riferimento e meccanismi gestionali: copertura del territorio, del mercato, dei clienti, relazioni fra campo e sede, etc.;
- Sistema di incentivazione come chiave per i risultati di carattere generale: quote complesse, obiettivi qualitativi, etc.;
- Multicanalità: vantaggi e limiti dei diversi canali;
- Vantaggi nell'utilizzo di un sistema CRM.

DURATA

16 ORE

DESTINATARI

Direttori e responsabili vendite, Responsabili servizio post-vendita.

CERTIFICAZIONI

Attestato di frequenza inlingua - talent24