

Gestire una Rete di Vendita

03 GIORNI

OBIETTIVI

Il seminario è orientato alla trasmissione di conoscenze relative alla progettazione, costruzione e gestione di una rete di vendita (nazionale, locale, piccole reti di vendita, ecc.). Queste conoscenze sono riferite ai modelli di gestione strategica dell'organizzazione e sono finalizzate allo sviluppo di capacità di progettazione, coordinamento, controllo e sviluppo delle reti di vendita.



"Colpisce più in alto chi mira alla Luna, che chi tira a un albero"

G. HERBERT

PROGRAMMA

Introduzione

- > Evoluzione della direzione vendite
- > Da funzione tattica a funzione strategica
- > Analisi dell'organizzazione di vendita
- > I ruoli
- > Le strutture organizzative
- > Gli organigrammi aziendali

Obiettivi di una organizzazione di vendita

- > Obiettivi primari
- > Obiettivi secondari
- > Cause e necessità
- > Politica distributiva
- > Attività e finalità

Il budget aziendale

- > Il processo del budget aziendale
- > Definizione degli obiettivi
- > Il budget di reparto:
 - il piano marketing
 - il piano finanziario
 - il piano vendite

Strutture organizzative

- > Obiettivi distributivi:
 - obiettivi quantitativi
 - obiettivi qualitativi
- > Organizzazione interna
- > Organizzazione esterna

Investimenti finanziari

- > Pianificazione del budget di spesa
- > Pianificazione dei resi
- > Le previsioni di vendita
- > Il ritorno finanziario di una organizzazione

Gli strumenti di controllo

- > Gli indici di performance della struttura
- > I KPI's delle vendite
- > Concetto di efficienza ed efficacia

Le risorse tecnologiche

- > Il CRM
- > I data base aziendali
- > I software

Il contesto interno ed esterno

- > Le strutture operative:
 - logistica
 - distribuzione
- > Mercati di riferimento
- > La conoscenza del cliente:
 - a chi vendo
 - come vendo

I canali distributivi

- > Tipologia di canali
- > Gli obiettivi dei canali

Dimensionamento di una rete vendita

- > Fasi del processo di organizzazione
- > Analisi della struttura
- > Analisi dei clienti
- > La segmentazione dei clienti
- > Modelli distributivi

La rete vendita

- > Personale diretto
- > Personale indiretto
- > Meccanismi premianti
- > Caratteristiche di un funzionario di vendita

Valutazione delle prestazioni di un venditore

- > Produttività di una rete di vendita
- > Dati quantitativi
- > Dati qualitativi

EDIZIONI

2019

Milano, 4-5-6 Febbraio

Milano, 22-23-24 Maggio

Milano, 16-17-18 Ottobre

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.675 (+IVA) per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:

- 2 o più iscritti alla stessa edizione del corso
- 9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi a diversi corsi a catalogo

COME ISCRIVERSI

+39 02 38010666

+39 02 38010871

www.scuoladipaloalto.it

informazioni@paloaltoscuola.it



PARTECIPANTI



Il seminario è rivolto alle risorse umane che svolgono funzioni di gestione della rete di vendita: direttori vendite, area manager, capi area, agenti con strutture di venditori, ecc.