

## CASE STUDY

# OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI DI VENDITA

## LA SFIDA

L'Azienda fornisce Soluzioni, ovvero consulenze e servizi di integrazione nelle aree dell'ICT, che possono fornire maggiori vantaggi in termini di innovazione e di sviluppo del business. Sviluppa una strategia basata sulla approfondita conoscenza delle soluzioni tecnologiche più avanzate presenti sul mercato.

Il principale obiettivo del progetto era quello di ottimizzare i processi di vendita, definendo precisi ruoli e responsabilità nonché best practice per la pianificazione, la gestione ed il monitoraggio delle attività commerciali.

## LA NOSTRA SOLUZIONE

Questo fine sono state implementate le seguenti attività. Bullet list level 1

- **Differentiated Selling Survey:** indagine condotta al fine di comprendere le situazioni di vendita incontrate sul mercato dalla forza commerciale e le relative tendenze per il futuro. Questa analisi ha permesso di identificare i processi di vendita più efficaci da implementare in relazione alle situazioni incontrate dalle diverse figure commerciali.
- **Sales Impact Training:** training operativo destinato alla forza commerciale per definire insieme il modo più efficace per sviluppare un cliente, per condividere un metodo e un approccio comune e per trasmettere le tecniche e le metodologie per mettere in pratica le azioni necessarie.
- **KPIs Workshop:** destinato alla forza commerciale per migliorare i risultati di vendita attraverso la definizione e l'utilizzo di KPIs strategici.

## I RISULTATI

La Differentiated Selling Survey ha permesso di identificare i processi di vendita più efficaci da implementare in relazione alle situazioni incontrate dalle diverse figure commerciali.

Il training ha fornito maggiore consapevolezza e sicurezza nel gestire il colloquio di vendita con i clienti

Attraverso la consapevolezza relativa ai fattori che influenzano i risultati di vendita (individuando il link tra il business model e le attività chiave) è stato possibile comprendere come ottimizzare la pianificazione delle attività di vendita per allocare al meglio il tempo e le risorse disponibili (identificando KPIs di attività che permettano di focalizzarsi sulle attività realmente strategiche).