

31 Gennaio 2018

Notizie dal Web n. 46

# Benedetti&Co

## Generare nuove vendite migliorando l'Organizzazione Commerciale



*“Il mondo è cambiato e vendere è diventato sempre più difficile!”* È questa una delle frasi che si sente ripetere più spesso nelle aziende oggi. Gli imprenditori raccontano con nostalgia, quasi rassegnati, di un passato che non c'è più, di un tempo nel quale “vendere era più facile, erano i clienti che cercavano i fornitori e gli ordini arrivavano quasi da soli”.

È vero, il mondo è cambiato! I venditori non sono più gli unici padroni delle informazioni ed i clienti hanno decine di alternative tra cui scegliere, solo per citare alcuni elementi.

Se il contesto è davvero diverso rispetto al passato, in che modo le aziende si sono adeguate al cambiamento? Come sono cambiate per adattarsi alla nuova condizione? Come la strategia e l'organizzazione sono cambiate per poter raggiungere gli obiettivi aziendali?

*Ed in particolare, com'è cambiata l'Organizzazione Commerciale?*

Le risposte più frequenti che gli imprenditori danno a queste domande sono: “in azienda abbiamo diversificato il business”, oppure “abbiamo

introdotto nuovi prodotti”, o ancora “abbiamo cominciato a sviluppare le vendite all'estero”.

Il cambiamento al quale gli imprenditori fanno riferimento più spesso riguarda, dunque, l'introduzione di qualcosa di nuovo: una nuova linea di offerta, un nuovo prodotto, l'apertura di un nuovo mercato estero, come se “aggiungere” fosse l'unica opzione possibile. In realtà, sono tutti elementi necessari per evolvere e cambiare, ma a volte non sono sufficienti o non sono alla portata di tutte le aziende per mancanza di risorse finanziarie o di competenze manageriali.

***E allora perché non considerare tra i vari elementi da cui trarre nuova linfa vitale l'ottimizzazione dell'Organizzazione Commerciale?***

***Perché non chiedersi se l'Organizzazione Commerciale in essere è ancora quella più efficace per raggiungere gli obiettivi aziendali?***

Le aziende, spesso, non affrontano tali temi sia per mancanza di tempo, sia per non mettere in discussione il modello commerciale utilizzato che ha sempre funzionato fino ad ieri.

Per migliorare le vendite, partendo dalle risorse disponibili, potrebbe essere un buon punto di partenza, analizzare:

- Il tipo di rete vendita, diretta o indiretta, e la sua efficacia rispetto alle linee di offerta da promuovere;
- Il dimensionamento della rete rispetto al potenziale di mercato;
- L'approccio del venditore al potenziale cliente;
- La padronanza delle argomentazioni di vendita da parte dei venditori a sostegno delle iniziative commerciali;
- L'efficacia del sistema di incentivazione.

Iniziare a riflettere su questi primi elementi può far emergere alcune azioni di miglioramento delle performance della rete commerciale per sviluppare nuovi ricavi; può far comprendere la distanza tra come si dovrebbe essere, per poter essere competitivi, e come si è in realtà.

Già comprendere la distanza significa aver trovato gran parte della risposta al problema!!

Benedetti&Co può aiutare le aziende a progettare e implementare un'organizzazione commerciale coerente con il contesto e gli obiettivi aziendali attraverso un intervento progettato *ad hoc*. L'obiettivo dell'intervento è quello di supportare l'impresa nella messa a punto di un'organizzazione commerciale in grado di generare ricavi in modo autonomo e costantemente nel tempo.

Contatta i nostri esperti per avere un incontro gratuito chiamando lo 030.2054803.

---

### Milano

Via S. Michele del Carso 22  
20144 Milano  
tel. +39 02 805 057 74  
info@benedetti-co.it

### Brescia

Via Oberdan 5/7  
25128 Brescia  
tel. +39 030 205 48 03  
info@benedetti-co.it

### Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,  
Ajanta Building Flat 1,  
LD Ruparel -  
Marg Malabar Hill  
tel. +91 - 9820088817