

Promuovere le vendite migliorando fatturato e redditività

Vendere i valori, piuttosto che prodotti o servizi

I clienti credono che i fornitori offrano tutti la medesima qualità di prodotto o di servizio. Se non fosse così, il cliente non li metterebbe in competizione.

Proattività

Spesso, sono valori esterni al prodotto o al servizio che determinano la vendita.

Ad esempio, valori come: onestà, affidabilità, puntualità, cortesia.

Competenza

Quindi vende chi risponde alle richieste di valore del cliente e non chi possiede solo delle eccellenze tecniche.

Esperienza

Aiutiamo l'impresa a comprendere quali sono i valori per cui clienti sono disposti a spendere.

Formuliamo le proposte per riuscire a rendere consapevoli i clienti dei valori messi a disposizione dall'impresa, creando il piano di comunicazione dettagliato.

Onestà

Definiamo le attività chiave da svolgere per incrementare i contatti con i clienti e vendere i valori che essi sono disposti ad acquistare.

Affidabilità

Formiamo gli addetti che hanno contatto con il mercato affinché comunichino con efficacia i valori che i clienti si attendono.

Visitiamo i clienti, da soli o con il personale dell'impresa, con l'obiettivo di vendere e capire perchè si vende.

Forniamo le risorse e gli strumenti necessari per svolgere le attività chiave.

Vendere di più e meglio

Il nostro obiettivo è:
aumentare il fatturato e la redditività
del business del nostro cliente.
Lavoriamo affinché l'imprenditore
o il manager possano essere "padroni"
nel loro mercato, aggirando la
concorrenza piuttosto che seguirla
o affrontarla.

**Siamo remunerati solo con una
quota dei risultati che riusciamo
ad ottenere.**



Organizzare la forza di vendita



I venditori sono naturalmente proattivi,
chi semplicemente reagisce alle richieste dei clienti
non è un venditore.

Comunque, il fatto di disporre di buone risorse
di vendita non è un elemento che, da solo,
garantisce il successo.

Il test per verificare l'organizzazione della forza di
vendita di una impresa si basa anche sulle risposte
alle domande seguenti:

Quali sono le azioni chiave che portano alla vendita?
Quale pipeline di vendita seguono i miei venditori?
Quali sono le azioni che facilitano l'acquisizione
del cliente?

Controllo sul dashboard le azioni compiute da ogni
singolo venditore e i risultati raggiunti?