

DEFINIZIONE E SVILUPPO DI UN PROCESSO DI VENDITA
OBIETTIVI
Definizione del processo di vendita di un'azienda <i>IT</i> con predisposizione e preparazione della documentazione per l'implementazione dello stesso da un punto di vista organizzativo, contrattuale e della gestione del rischio. Obiettivi specifici sono l'aumento dell'efficienza del team di vendita e la semplicità ed efficacia del processo.
OGGETTO
<p>Analisi delle esigenze di adeguamento al mercato di riferimento</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Piano Operativo Annuale vs opportunità di mercato ➤ Da prestazione concordata ad offerta a Cliente ➤ Criteri di confronto coi competitor ➤ Obiettivi di fatturato e marginalità <p>Strutturazione del processo di vendita con:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Introduzione del concetto di Sales Funnel ➤ Gestione delle opportunità end-to-end, dalla fase di selezione al contratto ➤ Introduzione Punti Decisionali con definizione responsabilità e criteri di scelta ➤ Assegnazione Responsabilità : Sales Team con coinvolgimento del Project Manager dalle fasi iniziali, Team di Offerta e Team Approvatori ➤ Definizione Criteri Decisionali: <ul style="list-style-type: none"> ✓ diverse procedure in funzione di rischio e complessità ✓ documenti e metodi predefiniti per supportare decisioni ed indirizzare azioni ➤ Focus del processo sugli aspetti operativi: <ul style="list-style-type: none"> ✓ gestione rischi commerciali e tecnici (risk analysis, piano di mitigazione) ✓ valutazione oggettiva condizioni commerciali (check list con indice di criticità) ✓ analisi di competitività (analisi tecnica e criteri dimensionali, analisi competitiva)
RISULTATI
<ul style="list-style-type: none"> ➤ I modelli schematici, template e check list introdotti permettono di affrontare la fase di analisi in modo completo e veloce e di mantenere focus su risultato di business e controllo dei rischi ➤ I meccanismi di scalabilità del processo permettono di modulare le risorse in funzione della tipologia dell'evento di business ➤ Il processo comporta un impegno aggiuntivo limitato con un rapporto costi-benefici positivo ➤ Il processo facilita un ingaggio costruttivo degli approvatori ➤ L'attenzione resta sul Business e le procedure adottate facilitano l'attività di vendita ➤ Le attività e decisioni sono documentate