

ADACTA RISPONDE



Adacta Risponde

Che fare se la forza vendita non raggiunge gli obiettivi?

Da qualche anno assistiamo al calo delle performance commerciali della nostra azienda con una ripetuta incapacità della nostra Forza di Vendita di raggiungere i budget e gli obiettivi del Piano Commerciale. Quali sono le leve da azionare per avere una Forza Vendita efficiente ed allineata ...

Adacta Risponde



Che fare se la forza vendita non raggiunge gli obiettivi?

DI FRANCIS DE ZANCHE E ALESSANDRO BIINDOLI

Da qualche anno assistiamo al calo delle performance commerciali della nostra azienda con una ripetuta incapacità della nostra Forza di Vendita di raggiungere i budget e gli obiettivi del Piano Commerciale. Quali sono le leve da azionare per avere una Forza Vendita efficiente ed allineata alla strategia e agli obiettivi aziendali?

La Forza di Vendita è ancora uno degli elementi chiave per il successo dell'azienda basti pensare che negli Stati Uniti si stima un costo complessivo del personale di vendita pari a oltre 800 Miliardi di Dollari all'anno .

Con l'aumento della pressione competitiva, la globalizzazione dei mercati e l'evoluzione tecnologica, l'efficacia commerciale non dipende più solo dal talento dei singoli venditori. La massimizzazione dell'efficacia della Forza Vendita si ha nel corretto bilanciamento di cinque Leve: Struttura Organizzativa (dimensione, criteri di specializzazione, allocazione territoriale), Persone (recruiting, formazione, incentivazione e leadership), Sistemi Abilitanti (Ricerche, CRM, Informazioni commerciali), Motivazione (sistemi di incentivazione, programmi motivazionali), e Controllo (valutazione delle performance, target setting, comunicazione).

Calo delle performance commerciali, incapacità ripetuta da parte della forza di vendita di raggiungere i budget, turnover significativo, insoddisfazione dei clienti e demotivazione della forza vendita sono tutti segnali che indicano un disallineamento delle suddette Leve e danno evidenza di aree di miglioramento nella gestione delle attività della Forza di Vendita.

In che modo è possibile intervenire per massimizzare le performance commerciali?

L'ottimizzazione della Forza di Vendita si ottiene lavorando in modo continuativo sulle leve principali agendo sull'organizzazione delle risorse, sulle loro capacità e sulle modalità di svolgimento delle attività.

L'ottimizzazione dell'organizzazione della Forza di Vendita viene effettuata agendo sui driver di efficacia che insistono sulla dimensione, sulla struttura e sulla suddivisione territoriale delle risorse commerciali.

La qualità delle persone si ottimizza mediante quattro fasi: skill assessment con metodologie consolidate, benchmarking di costo e definizione delle necessità di recruiting e training specifiche. L'ottimizzazione delle attività del Forza di Vendita non può prescindere da una corretta determinazione degli obiettivi e da un sistema di retribuzione che incentivi il personale a migliorare le performance. Inoltre per l'ottimizzazione delle attività di vendita occorre analizzare i benefici di una re-ingegnerizzazione dei processi e valutare l'opportunità di adozione di un sistema CRM.

Tale percorso normalmente prevede una fase iniziale di Diagnosi che partendo dai risultati dell'azienda risale alle singole leve identificando le lacune e i disallineamenti su cui è necessario agire. Tale fase comporta l'analisi dell'evoluzione delle vendite, dei processi di vendita, dell'organizzazione di vendita e delle caratteristiche del personale addetto alla vendita. La fase di Diagnosi termina con un Piano di Intervento che definisce le priorità delle iniziative da effettuare in termini di beneficio e facilità di implementazione o onerosità dell'intervento.

Attraverso la progettazione e il bilanciamento delle leve, la direzione commerciale può, dunque, ottenere la miglior prestazione. In uno scenario di mercato in continuo cambiamento La chiave di successo di questo approccio è la continua e periodica (normalmente ogni 6-12 mesi) revisione del corretto bilanciamento delle leve.

f.dezanche@adacta.it
a.bindoli@adacta.it

Domenica 26 Aprile 2015

© RIPRODUZIONE RISERVATA