

Seminario

**VENDITE INTERNAZIONALI:
L'ESTERO NON È PIÙ QUELLO DI UNA VOLTA.
MISURARE LA PERFORMANCE DELLA RETE DI VENDITA
Giovedì 16 marzo 2017**

ore 9,30 – 13,00 e 14,00 – 17.00
Camera di commercio di Ravenna

Info:
Cinzia Bolognesi
tel. 0544 481415
cinzia.bolognesi@ra.camcom.it

**Docente: Ing. Marco Besi,
Mabe Consulting – Reggio Emilia**

Programma

“Ciò che non misuro non lo gestisco!”, e talvolta imprenditori e manager non tengono abbastanza in considerazione questo assunto, fondamentale invece per monitorare la crescita dell'azienda ed avere una corretta gestione degli obiettivi, in particolare quelli commerciali.

Nelle riunioni commerciali ai venditori viene sempre richiesto di aumentare i punti vendita in cui siamo presenti, ma è sempre una politica commerciale di vendita corretta? E se invece il rapporto fra la copertura ponderata e la copertura numerica fosse >1, siamo sicuri che questa sia ancora la strategia commerciale giusta?

Il monitoraggio regolare dei risultati della propria rete di vendita non sempre viene effettuato costantemente dalle aziende e il seminario vuole perseguire l'obiettivo di fare riflettere le imprese su come individuare il canale distributivo e di vendita, definire un piano commerciale e pianificare il relativo piano di vendita; definire il budget, analizzarne gli scostamenti nel tempo e segmentare i clienti e le relative azioni; controllare le vendite e le reti di vendita tramite indici efficaci.

Termine per aderire: lunedì 13 marzo 2017

iscriviti online  oppure invia la scheda di iscrizione a cinzia.bolognesi@ra.camcom.it

Quota di partecipazione:

Euro 100,00 + Iva a persona

(Euro 90,00 + Iva a persona per gli abbonati a International Trade 2016).

Sconto del 10% per il terzo partecipante in poi

- Le organizzazioni di vendita
 - Distribuzione ed indicatori
 - Agenti ed indicatori
 - Organizzazioni dirette e indirette ed indicatori
- Il piano commerciale ed il relativo piano operativo di vendita
 - Fasi del piano di vendita
 - Utilizzo del Gantt per la tempificazione e controllo delle attività
- Budget commerciale
 - Budget delle vendite e dei costi
 - Metodi previsionali e statistiche
 - Analisi ABC
 - Strategie di lead generation ed indicatori
- Il controllo delle vendite tramite indici efficaci
 - Dimensionamento della rete vendita
 - Indici di efficacia (attività di vendita)
 - Indici di fidelizzazione e sviluppo della clientela
 - Indici di performance
 - Indici di efficienza (costi e margini)
 - Pagamenti e indici
 - Qualità della rete vendita e indici