



A C A D E M Y

“Il Piano di Vendita”

Lo strumento fondamentale del Direttore Commerciale per l'organizzazione e la pianificazione delle vendite

Seminario di 2 giornate

DATE e SEDE:

27 e 28 novembre 2014 - dalle 9.00 alle 18.00

Milano, via Petitti 16 – Sala Confindustria Federvarie

OBIETTIVI:

Strutturare un coerente Piano di Vendita e disporre di un semplice ma efficace sistema di monitoraggio delle attività commerciali e delle aspettative di business nel corso dell'anno.

Verranno forniti strumenti excel per le simulazioni di casi pratici che potranno essere utilizzati per la redazione del piano di vendita 2015.

DESTINATARI:

Titolari di azienda, Direttori Commerciali, Capi-area, product manager.

AGENDA:

La gestione manageriale di un'Area di vendita

Le fasi di Analisi e Pianificazione

1. ANALISI

- Elementi quantitativi, qualitativi e KPI
- La Legge di Pareto e la Curva ABC
- La Matrice Clienti Attivi
- Il Modello di Eisenhower e la Gestione del Tempo
- La Business Pyramid: Clienti Attivi; Clienti Prospect; Clienti Suspect; Clienti Mercato. Analisi ed azioni.

2. PIANIFICAZIONE

La VENDITA PER OBIETTIVI

- Definizione di Obiettivo. Tipi di Obiettivi

IL MODELLO DI PIANIFICAZIONE

- Pianificare e Programmare: il Planning Process
- Il Piano di Vendita e il sistema Horizon
- Il Piano d'Azione

Durante il seminario i partecipanti saranno coinvolti in prove pratiche e casi di studio su strumenti excel forniti dal relatore, in modo da sperimentare quanto appreso in aula.

NUMERO PARTECIPANTI:

massimo 12.