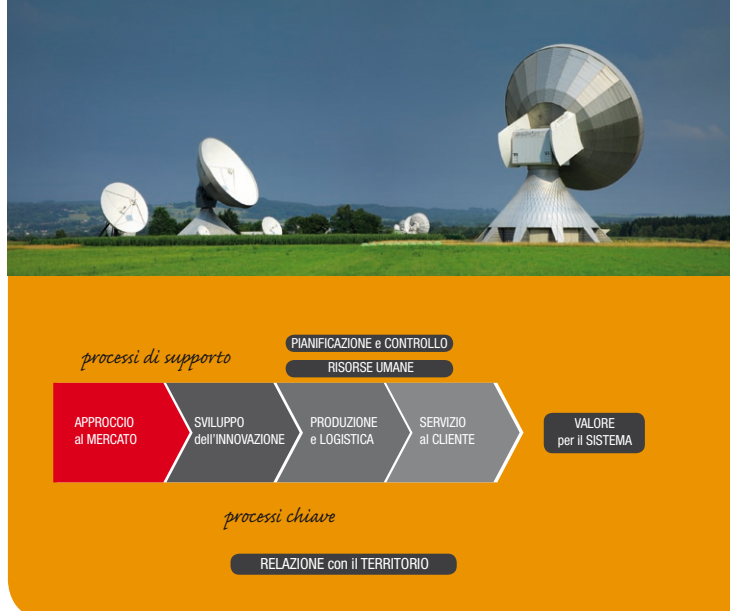


PIANIFICARE L'AZIONE COMMERCIALE

- > Sviluppare il mercato nazionale scheda 1.a
- > Sviluppare il mercato internazionale scheda 1.b
- > Pianificare l'azione commerciale **scheda 1.c**
- > Promuovere il marchio scheda 1.d



I BISOGNI DELL'AZIENDA

Il potenziale di mercato è sfruttato pienamente?

Esiste un piano di vendita con obiettivi stabili?

Come vengono definiti obiettivi e azioni commerciali?

Esiste un sistema di monitoraggio delle attività commerciali realizzate oltre che dei risultati di vendita?

I RISULTATI PER L'AZIENDA

Massima efficacia dell'azione della forza vendita con pieno sfruttamento del mercato servito. Forte motivazione della forza vendita per effetto della sua partecipazione e condivisione nella definizione degli obiettivi di vendita e dell'azione commerciale.

Piani di vendita specifici, realizzabili, monitorabili e in linea con la strategia aziendale.

Reattività dell'azienda nell'intraprendere azioni correttive.

II PERCORSO

- > Definizione obiettivi di vendita
- > Redazione piani di vendita coerenti con obiettivi
- > Presidio attività di vendita
- > Monitoraggio raggiungimento obiettivi