

Performance delle vendite: di quanto può migliorare?

Qui di seguito vi proponiamo un semplice schema che vi consente di valutare il potenziale di miglioramento della performance della vostra forza vendita

Per semplicità, assumiamo la marginalità lorda di vendita - complessiva, a valore - come indicatore più concreto e sintetico di successo del venditore.

Perché questo indicatore? Perché la marginalità totale nel lungo periodo è la condizione stessa della sopravvivenza aziendale.

E il venditore vi incide con le sua capacità di sviluppare portafoglio clienti, ampiezza della gamma prodotti effettivamente venduta, e ricavi unitari realizzati.

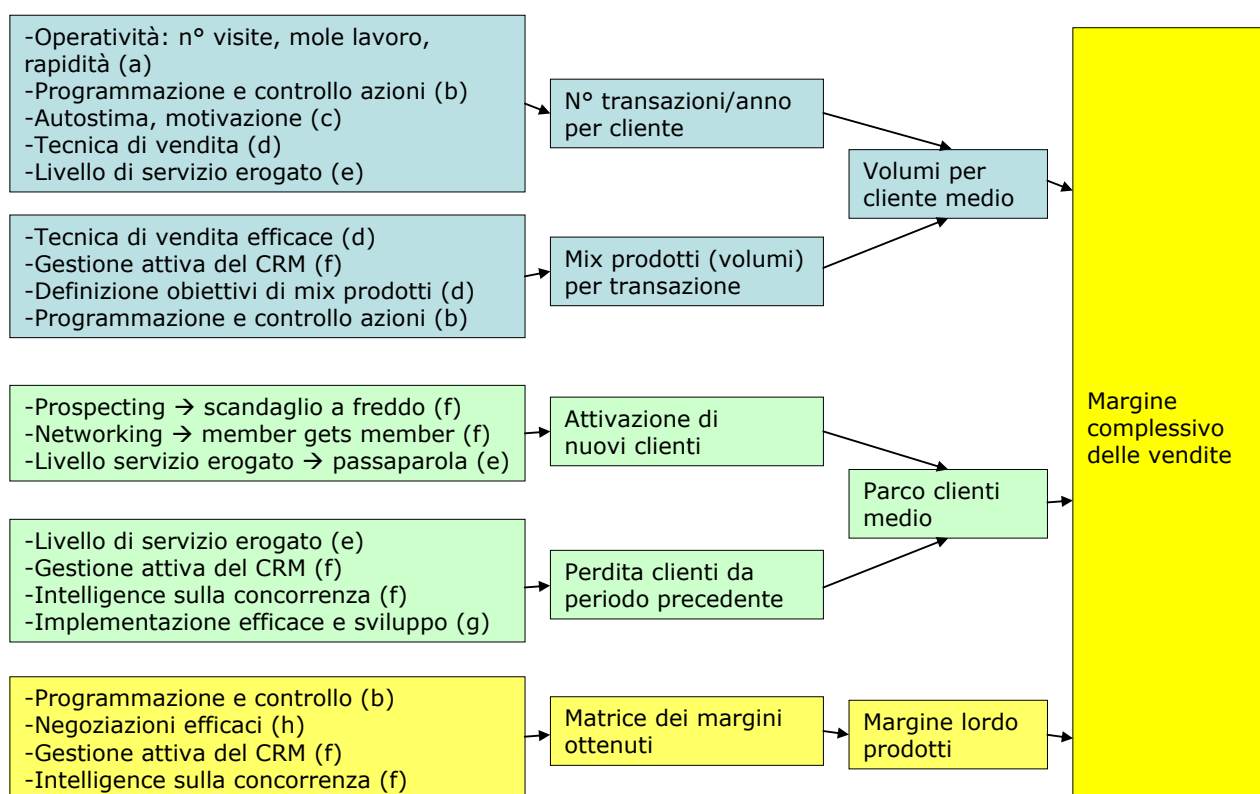
Nello schema grafico che segue scomponiamo la performance complessiva nelle componenti di pertinenza del venditore, evidenziando i possibili incrementi derivanti da miglioramento nelle competenze – cioè training adeguato - e negli standard operativi del ruolo.

Qual è il percorso per implementare le performance della forza vendita?

Una volta individuate le componenti e le variabili che determinano i risultati, un modo efficace di procedere al miglioramento delle prestazioni è il seguente:

1. si individuano gli elementi, le aree, le procedure che danno le migliori prestazioni - ad esempio: i migliori venditori, i punti vendita più redditizi, le procedure di order processing rivelatesi più efficienti -;
2. se ne stima la correlazione con i risultati dei singoli operatori - ad esempio: due venditori la cui attività differisca solo per durata e approfondimento delle visite (+X%) ottengono risultati diversi (+Y%) -;
3. si descrivono le "best practice" e se ne simula l'applicazione a quote crescenti di popolazione aziendale - ad esempio l'applicazione alla rete vendita di una durata minima di riferimento di X minuti - e se ne quantifica il possibile risultato in vendite, margini ecc. ;

4. si decide quali azioni di miglioramento intraprendere, e se ne appronta budget, progetti operativi, tempificazioni e risultati attesi - ad esempio si sensibilizza i venditori, e conseguentemente li si "allena", ad estendere l'oggetto della visita di vendita in modo da esplorare con il cliente aree aggiuntive di possibili fabbisogni -;
5. si monitora regolarmente attività e risultati, ed eventualmente si estende o corregge l'intervento.



Nelle caselle del grafico sopra, le lettere fra parentesi - da (a) ad (h) - indicano le principali aree di intervento formativo e di miglioramento continuo erogati da FORTIA® alle Aziende.

Possiamo quantificare il potenziale di aumento delle prestazioni?

Quali stime possiamo realisticamente fare per il miglioramento di prestazioni di una rete di vendita di medie competenze ed esperienza, sottoposta ad un intervento intensivo di formazione e motivazione?

Proviamo a "giocare" con un esercizio molto semplice e con parametri estremamente prudenziali, verificati in un gran numero di casi aziendali reali:

Azione di miglioramento	Agisce su...	Stima aumento prestazioni
Operatività più intensa, efficiente, focalizzata	numero di contatti e di transazioni	+10%
Tecnica di vendita più efficace	sviluppo del mix prodotti trattati dai clienti	+10%
Gestione attiva del CRM	sviluppo delle esigenze dei clienti	+5%
Prospecting più efficace ed intenso	aumento portafoglio clienti attraverso acquisizione di nuovi	+5%
Migliore servizio erogato e migliore implementazione	mantenimento portafoglio clienti attraverso riduzione del turnover	+5%
Più competenza negoziale e di programmazione	prezzi medi	+5%
Totale delle azioni	Margine lordo totale	+47%

La combinazione di questi parametri – tutti misurabili – ci porta a stimare la seguente variazione del risultato economico generale della rete di vendita: $1,10 * 1,10 * 1,05 * 1,05 * 1,05 * 1,05 = 1,47$ → ovvero, un aumento del +47% del margine complessivo aziendale.

In molte realtà aziendali, questo potenziale incremento risulta decisamente superiore. Possiamo stimarlo per la vostra forza vendita.

Naturalmente, fra la progettazione di un percorso di miglioramento e la sua realizzazione si frappongono vari ostacoli, in particolare relativi alla condivisione e motivazione del team verso gli obiettivi.

In queste situazioni entra in gioco la capacità di "leadership per il cambiamento" esercitata dal team manager, e l'efficacia degli interventi formativi e di programmazione & controllo, e coaching, messi in pratica dal partner di formazione.

FORTIA® possiede una diversificata e qualificata esperienza di successo in questo tipo di percorsi.