

# Workshop "Sales TransFormation"



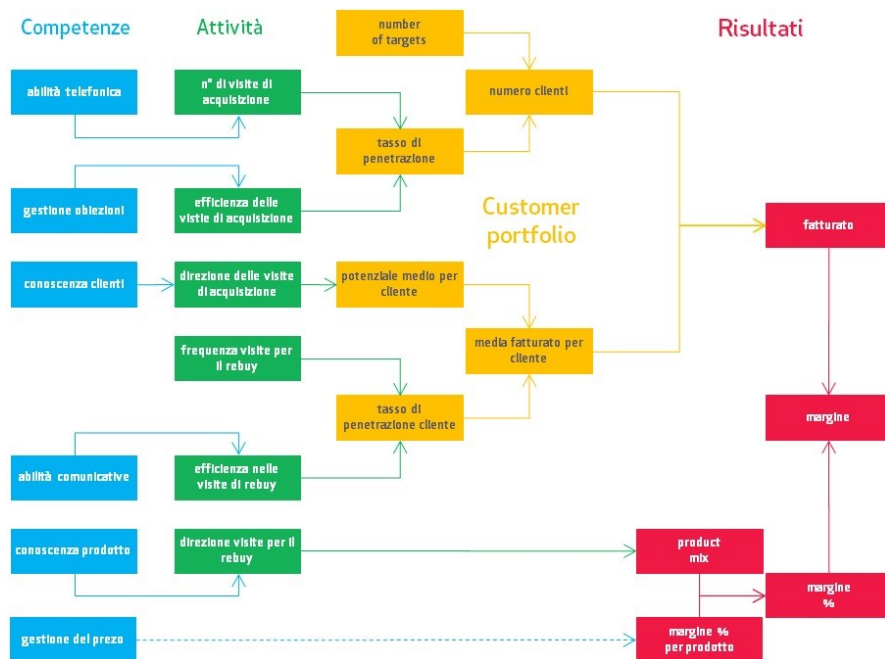
## Come trasformare le pratiche commerciali per ottenere un reale cambiamento nelle performance di vendita?

Questo il tema principale del nostro workshop tenutosi il 27 settembre scorso a Milano.

Qui di seguito si evidenziamo alcuni punti emersi durante il meeting: L'attività di confronto iniziale tra i gruppi di partecipanti al workshop ha messo in rilievo alcuni trend comuni ai settori rappresentati. Questo a riprova del fatto che i trend tecnologici e sociali si trasferiscono in maniera orizzontale in tutti i settori. Nello sviluppo di una Sales TransFormation, il primo punto da toccare è l'identificazione del **Customer Journey** con un'avvertenza importante: le persone a contatto con il cliente/prospect debbono domandarsi e scoprire quanto prima in quale punto del personale customer journey si trova la persona che stanno incontrando. Non possiamo più pensare a percorsi standard uguali per tutti. Facendo riferimento al mondo B2C, ci sono clienti che chiedono informazioni con l'assistente alla vendita e allo stesso tempo navigano sul web per raccogliere commenti o per comparare i prezzi. Le conversazioni di vendita hanno sempre più a che fare con persone «preparate» o che si ritengono tali. Si apre quindi il tema generalizzato (e poco sfruttato a mio parere) di affinare le strategie di conversazione per influenzare le preferenze dei clienti/prospect. Su questo punto si fa riferimento ai 4 quadranti della [Vendita Differenziata \(Differentiated Selling Model™\)](#). Un altro aspetto di rilievo emerso è la **necessità di implementare dei KPI diversi** per guidare e valutare la forza vendita. Lo scopo è influenzare e stimolare nuovi comportamenti. La nostra personale avvertenza è dedicata a 2 aspetti di rilievo: da una parte occorre convincere (e dimostrare) che i nuovi KPI sono direttamente legati al loro successo di vendita o ne migliorano la loro efficienza. Lo spunto è dato anche dalla **creazione di un albero causa/effetto** come dimostra il Modello "RAC" (Risultati, Attività, Competenze) qui a fianco. Dall'altra, suggeriamo di sfruttare l'effetto motivazionale derivante dalla presentazione dei KPI in forma comparativa tra i venditori. Permettere cioè a ciascun venditore di

scoprire l'area in cui lui performa meglio rispetto ai colleghi e dove potrebbe invece migliorare.

Quindi raccomandiamo accortezza e coerenza nella scelta degli indicatori e rappresentazione del concatenamento degli stessi.



## Approfondimenti

La nuova era è qui...Sales TransFormation

[leggi](#)

CONTINUA A LEGGERE



DICEMBRE 5 | 2 MIN LETTURA



## Mercuri International, Partner certificato per i training “LinkedIn Sales Solutions”

Mercuri International, attraverso un accordo di partnership con LinkedIn, è diventato partner ufficiale per l'erogazione di corsi di formazione sulle

[CONTINUA A LEGGERE](#)

## Nuovi approcci commerciali. Intervista a Jenny Rahm, Country Manager Mercuri International Italia

L'approccio alla vendita deve evolversi. Non più puntando sull'empatia, ma sulla conoscenza e sulle soluzioni dei problemi e trasformando la

[CONTINUA A LEGGERE](#)



## Mercuri International receives independent assessment by ESR

Third-Party evaluation reflects Mercuri International's ability to deliver global projects with proven results, and the growth in new technology enabled

[CONTINUA A LEGGERE](#)

Da 50 anni nel mondo e da 40 anni in Italia, Mercuri International lavora tutti i giorni con le aziende con l'obiettivo di migliorarne i risultati di vendita. Infatti, nel corso della sua attività, Mercuri International ha supportato oltre 15.000 aziende nel mondo a migliorare le performance dei propri venditori.

[SCOPRI DI PIÙ](#)

## LINK UTILI

[Sostenibilità](#)

[2016/679\)](#)

[Informativa](#)

[Consiglio di](#)

[Privacy & Cookie](#)

[Amministrazione](#)

[Policy \(GDPR\)](#)

## SEGUICI

[!\[\]\(fe3aebe81acea8d45108cd2768939da7\_img.jpg\) \[!\\[\\]\\(0eef4a60de6ea648e23dfa6079e4dd07\\_img.jpg\\) \\[!\\\[\\\]\\\(9adff8af06744607601d4d78a077407c\\\_img.jpg\\\) in\\]\\(#\\)\]\(#\)](#)



Please upgrade to a [supported browser](#) to get a reCAPTCHA challenge.

[Why is this happening to me?](#)