



# PIANIFICARE E ORGANIZZARE LA RETE VENDITA

DISPOSITIVO PROGETTI QUADRO L. 236/93  
ANNO2009 - " Formaterziario Milano- Monza 2009"  
PROGETTO -536431

## PREMESSA

Corso dedicato al personale di aziende che vogliono migliorare le loro competenze nella gestione della organizzazione di vendita. Qualunque sia il numero dei venditori, da poche unità a strutture molto più ampie, i criteri di organizzazione e di gestione delle risorse devono rispondere a principi di efficacia e di efficienza. L'attuale scenario competitivo richiede una crescente professionalità da parte dei venditori ma anche dell'azienda che ne dirige e coordina le attività.

## DESTINATARI

Dipendenti responsabili delle vendite e assistenti commerciali; capi vendite, capi area e capi distretto.

## OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire conoscenze, metodologie e tecniche per:

- definire strategie di vendita in base agli obiettivi di copertura oppure di penetrazione dei propri prodotti e servizi
- individuare il numero di venditori più adeguato al raggiungimento degli obiettivi
- individuare le figure professionali da inserire nella propria organizzazione di vendita in base alle attività da svolgere
- progettare e sviluppare un sistema di incentivazione
- realizzare strumenti di monitoraggio e controllo delle attività di vendita.

## CONTENUTI

### **Pianificazione delle vendite**

- Il processo di gestione della rete di vendita e le relazioni con le decisioni di marketing.
- Il piano commerciale di zona.
- Un modello di analisi del potenziale di mercato: strategie di copertura e di penetrazione.
- La definizione degli obiettivi di vendita.

### **Organizzazione della rete di vendita**

- La dimensione ottimale della rete di vendita: il numero dei venditori in base a obiettivi e numero dei clienti.
- L'analisi del carico di lavoro.
- Esercitazione "La dimensione ottimale della rete di vendita".

### **Gestione dei venditori**

- Organizzazione di vendita: compiti e profilo dei venditori a seconda della formula di vendita.
- Agenti a provvigione e venditori diretti.
- Sistemi di remunerazione e di incentivazione.

### **Strumenti organizzativi e di controllo**

- La scheda cliente.
- Gli itinerari di vendita.
- Gli strumenti di pianificazione e controllo.

## DURATA, SEDE DI SVOLGIMENTO E CALENDARIO

La durata del percorso è di **3 giornate** da 8 ore. Il corso si svolgerà a Milano presso la sede **Formaper di** Via S. Marta, 18 - dalle ore 9.00 alle ore 18.00 nei seguenti giorni:

3 , 10, 25 marzo 2011

## MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

Il **corso è gratuito**, in quanto parte del progetto "Formaterziario Milano Monza 2009", di cui Formaper ,Camera di Commercio di Milano è capofila, finanziato dal Ministero del Lavoro e dalla Regione Lombardia attraverso la Legge 236/93 anno 2009. Le adesioni saranno accettate sulla base dell'ordine di arrivo della scheda di iscrizione compilata e firmata e fino ad esaurimento dei posti disponibili. Le iscrizioni devono pervenire alla Segreteria Corsi Formaper Milano, Via S. Marta n. 18 - Fax 02/8515.5331 - [segreteria.corsi@formaper.it](mailto:segreteria.corsi@formaper.it) . Per informazioni: Tel. 02/8515.5385.



FORMAPER

CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E AGRICOLTURA MILANO