

CONTROLLARE E PREVEDERE LE VENDITE B2B CON LA PIPELINE

Come aumentare la capacità di fare previsioni di vendita utilizzando il metodo della pipeline.

SIGNIFICATO E FINALITÀ

Nei periodi di recessione le attività commerciali diventano più frenetiche, i clienti allungano i tempi decisionali, decidono quando meno te l'aspetti, sembrano sparire nel nulla per poi farsi vivi improvvisamente, rimettono di continuo in discussione decisioni già assodate. I commerciali d'altro canto tendono a concentrarsi sulle opportunità nel breve periodo, tralasciano quelle che a loro giudizio sembrano dispendiose di tempo anche se non di rado inseguono opportunità che poi vanno in stallo. Nelle riunioni commerciali invece di risolvere i problemi per chiudere di più si discute sostanzialmente per mettersi d'accordo sul significato dei termini usati: perché sembrava chiusa e poi si è fermata, che cosa vuol dire che si ha il 50% di probabilità di chiudere se poi la perdo al 100% etc. Se i commerciali sono tre, tre sono gli idiomi commerciali da gestire. La soluzione sta nel condividere un metodo semplice ed intuitivo di interpretare il processo commerciale in modo da fare più business, sapere dove spingere, individuare le opportunità su cui concentrarsi, parlare tutti la stessa lingua.

LE DOMANDE A CUI RISPONDE IL CORSO

- Perché ero in chiusura e poi è sparito tutto?
- Quando un'opportunità è reale per incominciare a investire del tempo?
- Per quante fasi devo far passare la mia opportunità prima della chiusura?
- Come si fa a capire in che fase è l'opportunità per agire di conseguenza?
- Si può sapere in anticipo se chiuderemo noi per evitare illusioni e sprechi?
- Con le fasi come faccio a fare previsioni attendibili?
- Come posso capire se una trattativa è in stallo per evitare di perdere tempo?
- Ha senso discutere di % di chiusura quando ogni opportunità è un caso a sé?
- Dopo quanti giorni una opportunità si può dichiarare persa?
- La relazione che ho con i decisori mi dice qualcosa in merito alla chiusura?
- Conoscere lo stato della relazione migliora le mie previsioni di vendita?

DESTINATARI

Imprenditori, direttori commerciali, responsabili di vendita, area manager, capi area.

PROGRAMMA

Che cosa è un processo di vendita e impatti nella pianificazione tra gestirlo per fasi o per operazioni. Quando utilizzare le due modalità di interpretazione. Il Funnel e la Pipeline gli strumenti grafici per avere un rappresentazione gestibile delle opportunità. Come strutturare le informazioni di un'opportunità per poterla gestire correttamente. Le principali fasi del processo decisionale del cliente e correlazione con le fasi della Pipeline. Come è quando è possibile associare le probabilità alle fasi commerciali. La fase a numeri e valore per capire le opportunità a rischio. Come identificare la fase di un'opportunità. Come fare piani commerciali di cliente e piani marketing con la Pipeline. Trovare le opportunità a rischio o in stallo per evitare perdite usando la Pipeline. La valutazione delle trattative e la definizione delle previsioni di vendita. Come fare previsioni attendibili.

CALENDARIO DIDATTICO

Una giornata (ore 9.30-17.30)

Prezzo : 1.290,00