



valutazione delle capacità di una impresa e strumenti di analisi della clientela

DESTINATARI:

Imprenditori e Responsabili Commerciali

DURATA:

Due giorni

OBIETTIVO:

Identificare, per una organizzazione commerciale, i punti forti sui quali puntare e su quelli deboli da modificare

CONTENUTI:

Rapportare la politica commerciale seguita dall'impresa alle situazioni ed ai trend dei mercati - paesi in cui l'impresa opera, esaminando gli obiettivi ed i risultati dell'impresa sul mercato in termini di:

- prodotti e servizi pre e post vendita nei segmenti- paesi
- prezzi - volumi - margini nei segmenti- paesi
- canali di vendita e tipologia di clientela: penetrazione e copertura
- vendite per paese - canale - cliente
- professionalità della rete di vendita: informazioni fornite sul mercato e sulla clientela

Le schede informative e le valutazioni di rischio dei clienti

L'individuazione dei potenziali clienti con caratteristiche coerenti con la politica commerciale dell'impresa