



Lean Vendite: introduzione alla metodologia

PROGRAMMA

INTRODUZIONE A LEAN VENDITE

- Le differenze tra il tradizionale approccio alle vendite ed il processo di vendita lean
- Perché clienti e fornitori si respingono
- Lo spreco nelle attività commerciali
- La gestione sistemica delle attività di vendita

IL PROBLEM SOLVING

- L'importanza dell'approccio ai problemi
- Metodi per identificare la causa radice dei problemi e di approccio alle soluzioni

DECISION MAKING TOOLS

- Strumenti per basare le decisioni in base a dati inequivocabili

LEAN SALES MANAGEMENT

- PDCA (Plan-Do-Check-Act) applicato alle vendite: strumenti gestionali per incrementare l'efficacia delle attività commerciali (pianificazione, organizzazione, controllo)

GLI STRUMENTI PER CREARE VALORE

- Value Stream Mapping (VSM)
- Sales kaizen: la mappatura del processo di vendita
- Diagramma di flusso delle attività commerciali

INFORMAZIONI

OBIETTIVO DEL CORSO

Perché lean vendite? Ancor oggi le aziende operano con il tradizionale approccio alle vendite ormai diventato obsoleto. Il lavoro del commerciale è generalmente visto come una opera d'arte e gestito in base alle capacità individuali del personale.

Di conseguenza, questo genera molto spreco perché le attività di vendita sono basate principalmente sulle valutazioni personali, sull'esperienza, sulle intuizioni e sulle supposizioni, anziché su un metodo sistemico collaudato e riproducibile.

Pertanto l'obiettivo del corso è quello di introdurre l'applicazione dei concetti lean al processo di vendita per effettuare e gestire le attività commerciali con un metodo scientifico.

DESTINATARI

Direzione vendite, area sales managers, responsabili marketing B2B,

SCHEDULAZIONE

Il corso ha una durata di 16 ore ed include esercitazioni ed applicazioni pratiche