

Migliorare l'attività di vendita



Pragmatico, veloce e scientifico il volume edito da FrancoAngeli, *La gestione della Forza vendita*. Come ottenere di più dall'attività di vendita, espone un metodo per ricercare, valutare e selezionare i migliori venditori e fornisce informazioni su come addestrare, formare e fare crescere capacità e abilità della forza vendita. Attraverso l'esposizione di

uno schema operativo insegna a costruire la più opportuna organizzazione di vendita per l'azienda, mettendo in atto le tecniche più efficaci per compensare, premiare e motivare i venditori. Inoltre offre modelli per valutare i risultati conseguiti, le capacità ed i miglioramenti ottenuti dai venditori.

Ottenere buoni risultati da una squadra di venditori è sicuramente un compito complesso che impegna ad agire su piani diversi e, nello stesso tempo, strettamente legati tra loro. Troppo spesso si dimentica che i venditori rappresentano un elemento del marketing mix: la "P" di *promotion* infatti comprende la pubblicità, le promozioni e la vendita personale. Se la forza vendita non compie bene la sua funzione, gli altri elementi del marketing mix non possono porvi rimedio.

Al sales manager, che sia un imprenditore, un direttore vendite o un'area manager, è delegato un compito impegnativo: fare i numeri attraverso la gestione del gruppo di vendita.

Chi guida un gruppo di venditori deve possedere, oltre alle doti di venditore, anche le competenze di chi ricopre un ruolo di leadership, cui viene richiesto di svolgere un'effettiva azione direzionale in rapporto ad una forza vendita quasi sempre composta da persone assai diverse per esperienza, interessi e motivazioni.

I compiti affidati al responsabile vendite sono quindi di carattere manageriale: il ruolo prevede sia attività di carattere tecnico, quali l'organizzazione, la programmazione, il controllo, il monitoraggio delle vendite, ma anche aspetti più vicini alla funzione risorse umane, come la selezione, la formazione, la gestione e la motivazione dei venditori.

Il volume, ricco di esempi e schematizzazioni, di strumenti e indicazioni metodologiche, si rivolge ai giovani sales manager o a chi desidera fare carriera nelle vendite, ma è in grado di offrire, anche a chi ha già maturato esperienze nel ruolo interessanti, stimoli per ottenere migliori risultati da un gruppo di venditori.

La gestione della Forza vendita. Come ottenere di più dall'attività di vendita, Vladimiro Barocco, Edizioni: FrancoAngeli, 2009, pag 256, Euro 30.00