

Caso aziendale: Espansione del Canale

Per supportare un'espansione commerciale sul territorio i partner locali sono degli elementi fondamentali: la loro selezione è uno degli aspetti critici in una politica di Canale. Artax ha definito un approccio strutturato alla ricerca dei partner, volto a identificare le aziende con maggiori capacità di sviluppo del mercato, in linea con le strategie del Vendor. La metodologia si è sviluppata su tre momenti principali

Scouting

In base a dati di profilazione elaborati internamente, sono state identificati gli operatori già attivi sul mercato specifico di riferimento (ERP dedicato al mondo del manufacturing), suddividendoli per zona, mercato potenziale, capacità commerciali e competenze tecniche

Targeting

Una volta identificate le aziende a maggior attrattività attraverso la profilazione, queste sono state contattate e qualificate attraverso un'intervista di dettaglio, al fine di comprendere meglio la struttura organizzativa, lo storico, l'interesse e la disponibilità a intraprendere un nuovo percorso di partnership ed investimento

Business Planning

Sulle aziende selezionate è stato svolto un assessment approfondito, che ha portato alla stesura di un Business Plan dettagliato a 3 anni, e ad una pianificazione commerciale a 1 anno. In base a questi elementi, è stato possibile siglare la partnership, offrendo al Vendor e al partner uno schema chiaro circa i livelli di investimento necessari e i ritorni previsti sulle attività, facilitando in tal modo la definizione di strategie comuni di medio periodo

Il cliente

Importante system integrator italiano specializzato nell'offerta di soluzioni tecnologiche di integrazione e soluzioni software dedicate alla gestione aziendale. Nel 2008 l'azienda ha fatturato oltre 20 milioni di euro con più di 200 dipendenti. La BU dedicata all'ERP conta 20 persone e si occupa anche di localizzare il software, proprietà di un importante Vendor

La necessità

*Aumentare la presenza sul territorio per migliorare la conoscenza del prodotto e incrementare le vendite
Trovare partner affidabili in grado di gestire un cliente, la trattativa, l'implementazione della soluzione*

Le modalità di intervento

Artax è intervenuta agendo a stretto contatto con il cliente per un pieno allineamento e continuo aggiornamento sullo stato avanzamento lavori

La base dati di partenza contava con oltre 400 aziende su 3 aree specifiche del territorio italiano. Da queste si è giunti a una short list di circa 20 aziende sulle quali sono state svolte attività approfondite di contatto, presentazione del software, analisi dei rischi e delle opportunità, valutazione dei benefici e dei ritorni attesi

Le aziende selezionate sono state presentate al cliente per incontri diretti di selezione

I risultati ottenuti

A seguito dei diversi criteri di selezione sono state identificate 5 aziende potenziali partner con le quali sono state intraprese le procedure necessarie per l'inserimento all'interno del canale

Le aziende selezionate sono entrate da subito nell'ottica di partnership e sviluppo di mercato, iniziando a gestire alcune opportunità create sulle proprie aree di riferimento