

Caso aziendale: Riorganizzazione commerciale e passaggio generazionale

In un contesto di cambiamento e di forti pressioni sul mercato, Artax ha saputo offrire il proprio supporto intervenendo sulle principali aree critiche identificate dalla Direzione:

Supporto al passaggio della Direzione Aziendale

Coaching dedicato alla crescita manageriale della nuova generazione attraverso incontri programmati, supporto nella definizione delle strategie, interventi a supporto della leadership e delle relazioni con il personale già in azienda e uso alla precedente gestione aziendale, costante allineamento con il senior management e azioni a supporto della leadership

Revisione dell'offering e delle modalità di approccio al mercato

Incontri con personale di vendita e marketing per una revisione delle strategie attuali attraverso un'approfondita analisi competitiva, identificazione dei punti di forza e debolezza, definizione della Value Proposition e delle aree di sviluppo. Sono stati quindi definiti i parametri per una valutazione delle potenzialità dei clienti e della loro attrattività, sulla base dei quali sono state programmate le attività attraverso piani marketing e piani vendite dettagliati e dedicati ai diversi segmenti di riferimento

Supporto al miglioramento delle capacità di vendita dei commerciali

Interventi specifici di formazione sul personale commerciale, workshop, roleplay per un passaggio da una proposizione di volume a un approccio consulenziale e di valore, volto a spingere la nuova offerta, particolarmente completa e complessa agli occhi delle aziende clienti. Focalizzazione sull'identificazione delle aree critiche aziendali, l'indagine delle necessità, la proposizione in termini di valore aggiunto

Il cliente

Azienda nata nel 1984 per offrire soluzioni SW al settore turistico e alberghiero, arrivando nel 2008 a un fatturato di circa 8M€ e una forza commerciale di 12 persone. Oggi offre prodotti gestionali che vanno dalla semplice gestione corrente, a strumenti per la gestione economica e finanziaria di una struttura ricettiva, CRM, integrazione con siti web e prenotazioni on-line, applicazioni verticali per aree di business.

La necessità

L'azienda ha sviluppato dei prodotti ad alto valore che necessitano una revisione del posizionamento per migliorare la penetrazione sul mercato. Inoltre, il fondatore, tutt'ora attivo e presente in azienda, intende passare la Direzione al figlio, portatore di nuove energie e di una nuova visione su alcuni aspetti

Le modalità di intervento

Gli interventi sono stati strutturati in base a una pianificazione annuale. I primi incontri sono stati dedicati ad analizzare la situazione e il dettaglio dell'offerta, anche attraverso gruppi di lavoro dedicati.

A seguito di questi sono state concordate con la direzione le linee guida per gli interventi

Seguendo una precisa programmazione delle attività, nel corso dei mesi sono stati effettuati decine di incontri con il nuovo management e le risorse, soprattutto commerciali, durante i quali è stata portata una revisione dei contenuti dell'offerta, delle modalità di proposizione, ma anche delle aree di focalizzazione dei diversi commerciali e delle attività marketing

I risultati ottenuti

I commerciali per primi hanno evidenziato un miglioramento nelle competenze, trovandosi a maggior agio a discutere con i clienti per identificare le aree critiche, e proporre soluzioni specifiche per le necessità evidenziate

Sono aumentate le vendite a valore, riducendo soprattutto le obiezioni e i dubbi dei clienti, aumentando in tal modo la customer retention, oltre che l'espansione di mercato