

Caso aziendale: Formazione strutturata: Sales Academy organizzata con corsi a calendario

Lo sviluppo delle competenze commerciali ed organizzative di dipendenti e partner è una delle chiavi di successo per un'azienda o un Vendor. Artax ha saputo offrire il necessario supporto nello strutturare un intervento volto a migliorare le competenze dei partner

Realizzazione calendario corsi

Sulla base delle informazioni raccolte dall'azienda e i suoi dipendenti è stato definito un percorso formativo che ha preso in considerazione diversi argomenti ritenuti prioritari per il miglioramento delle competenze delle persone

Sono stati messi "a catalogo" oltre dieci differenti tipologie di corsi con una modalità di proposizione aperta, lasciando a chi interessato la decisione circa la partecipazione

Erogazione formazione

I corsi sono stati erogati nell'arco di un anno con la partecipazione mediamente di 12 persone, arrivando a formare alcune centinaia di persone sulle competenze di vendita necessarie per affrontare i clienti e avere successo nella vendita di soluzioni a valore

Durante la formazione sono state condivisi metodologie e modelli, anche pratici, per una gestione ottimale ed efficiente delle vendite, portando gli utenti a utilizzare i nuovi modelli e a implementarli e seguirli anche fuori dalle sessioni formative

Valutazione di programmi e risultati

I ritorni in termine di interesse e le valutazioni positive hanno portato a riconsiderare il programma, nell'ottica di una replica su base annuale

La valutazione è avvenuta in stretto accordo con il management, al fine di assicurare un completo allineamento tra le necessità dei manager in termini di crescita delle persone, e di risultati da ottenere

Il cliente

Primaria azienda di telecomunicazioni multinazionale

La necessità

Intervenire sulle competenze per fare in modo che le azioni di marketing e commerciale portassero a un maggiore "sell-out" anche sulle nuove linee di offerta introdotte

Fidelizzare le risorse attraverso la formazione su contenuti di valore, facendo in modo che migliorassero le performance di vendita

Agire sugli aspetti relazionali creando già in aula una collaborazione tra gli attori presenti, nell'ottica di sviluppo di iniziative commerciali congiunte dove necessario

Le modalità di intervento

Una volta definito il calendario di riferimento, sono stati erogati i corsi confermati dal cliente nelle date proposte inizialmente

La partecipazione è stata positiva in termini di numerica, e ha portato a condividere modelli pratici e schemi di riferimento che sono stati spositati, ancor prima dei partecipanti, dalla direzione aziendale

I risultati ottenuti

I risultati delle singole sessioni sono stati molto positivi, portando feedback che hanno portato la Direzione a prorogare il programma di formazione anche sugli anni successivi

Il progetto è stato implementato anche in altre realtà (azienda IT focalizzata sul SW, azienda IT focalizzata su HW), portando sempre risultati positivi in termini di interesse, e offrendo strumenti concreti per un'applicazione pratica di quanto appreso in aula direttamente sui clienti e nelle attività quotidiane di vendita e gestione commerciale