STRATEGY WORKBOOK

06 di 11

STRATEGIA DI VENDITA

Impreditore SMART next to you

CAP. 1 - STRATEGIA DI VENDITA

1.1 velocità delle vendite 4
1.2 panoramica della strategia di vendita 5
1.3 pipeline di vendita 6
1.4 valutazione del prospect 7
1.5 key account 11
1.6 key account: mappa delle relazioni 12
1.7 giudizio complessivo ed elenco delle priorità 15
1.8 valutazione delle priorità 16
1.9 project planner 17
1.10 action plan 18

CAP 1 1.1 VELOCITÀ DELLE VENDITE

- Quali sono i fattori dove possiamo intervenire?
- Qual è la velocità di vendita del vostro cliente?
- Come è cambiata negli ultimi anni?

$$\text{SALES VELOCITY (per mesi)} = \frac{\left[\text{CLIENTI ATTUALI} + \left(\text{LEAD} \times \text{TASSO DI CONVERSIONE}\right)\right] \times \text{VALORE MEDIO DI ACQUISTO}}{\text{CICLO VENDITA (tempo medio di riacquisto in mesi)}}$$

$$\text{SALES VELOCITY (per mesi)} = \frac{\left[\boxed{\text{CLIENTI ATTUALI}} + \left(\boxed{\text{LEAD}} \times \boxed{\text{TASSO DI CONVERSIONE}}\right)\right] \times \boxed{\text{VALORE MEDIO DI ACQUISTO}}}{\boxed{\text{CICLO VENDITA}}}$$

CAP 1 1.2 PANORAMICA DELLA STRATEGIA DI VENDITA

METRICHE CHIAVE	DATI STORICI		OBIETTIVI	COME RAGGIUNGIAMO I NOSTRI OBIETTIVI	
	anno	anno		iniziative	descrizione

CAP 1 1.3 PIPELINE DI VENDITA

	TARGET	LEAD	PROSPECT	CLIENTI	RIACQUISTO
Quanti?					
In quanto tempo?					
Quanto vale?					
% Prossima fase					
Come ottenerlo					

CAP 1 1.4 VALUTAZIONE DEL PROSPECT

Prospect	Quadro generale

DOMANDE	RISPOSTE
CHI prende le decisioni?	
COSA è importante per loro?	
DOVE sono i problemi?	
QUALE la soluzione?	
QUANDO deve essere presa la decisione?	
COME viene presa la decisione?	
Action plan	

Prospect	Quadro generale

DOMANDE	RISPOSTE
CHI prende le decisioni?	
COSA è importante per loro?	
DOVE sono i problemi?	
QUALE la soluzione?	
QUANDO deve essere presa la decisione?	
COME viene presa la decisione?	
Action plan	

Prospect	Quadro generale

DOMANDE	RISPOSTE
CHI prende le decisioni?	
COSA è importante per loro?	
DOVE sono i problemi?	
QUALE la soluzione?	
QUANDO deve essere presa la decisione?	
COME viene presa la decisione?	
Action plan	

Prospect	Quadro generale

DOMANDE	RISPOSTE
CHI prende le decisioni?	
COSA è importante per loro?	
DOVE sono i problemi?	
QUALE la soluzione?	
QUANDO deve essere presa la decisione?	
COME viene presa la decisione?	
Action plan	

CAP 1 1.5 KEY ACCOUNT

DESCRIZIONE KEY ACCOUNT

Dovrebbe essere una parte specifica del business e dovrebbe essere molto importante per l'azienda

FATTORI CRITICI DI SUCCESSO

In altre parole, come il cliente seleziona i suoi fornitori

PESO

Quanto è importante ciascuno dei fattori critici di successo? Assegna un peso ad ogni fattore, la somma dei pesi deve essere 100

TOTALE 100

ANALISI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA

Da 1 a 10, come i tuoi clienti valutano te e i tuoi principali competitor per ciascun fattore critico? Moltiplica il risultato per il peso

	Tu	Competitor A	Competitor B	Competitor C	Competitor D
1					
2					
3					
4					

ANALISI OPPORTUNITÀ E MINACCE

Quali sono le cose fuori dal loro diretto controllo che hanno avuto o avranno un impatto sulla parte del business considerata?

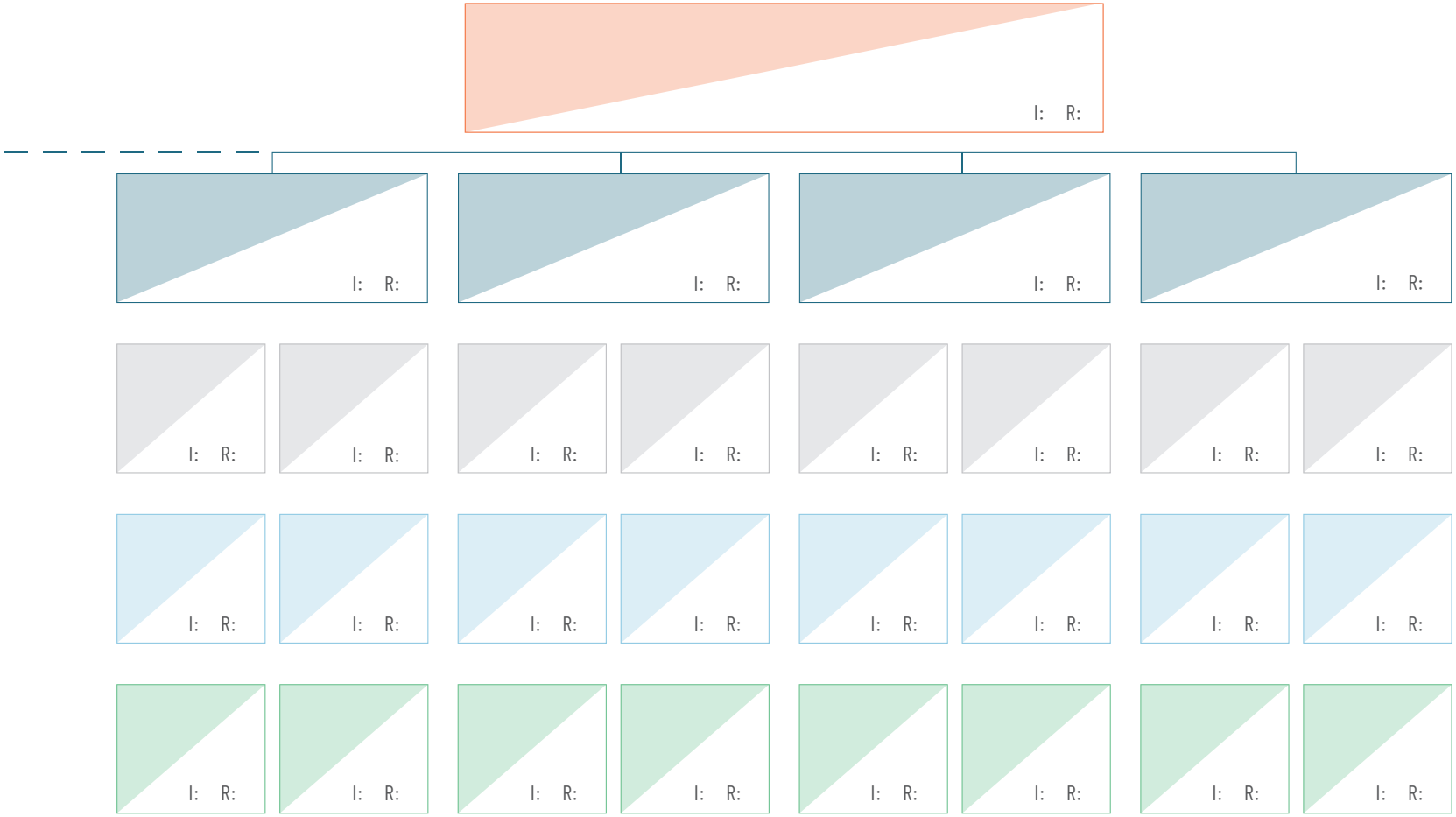
	OPPORTUNITÀ
1	
2	
3	
4	

	MINACCE
1	
2	
3	
4	

AIUTO SU QUESTIONI CHIAVE

In quali modi la tua azienda aiuta il cliente a trattare le questioni chiave che incontra?

1.6 KEY ACCOUNT: MAPPA DELLE RELAZIONI

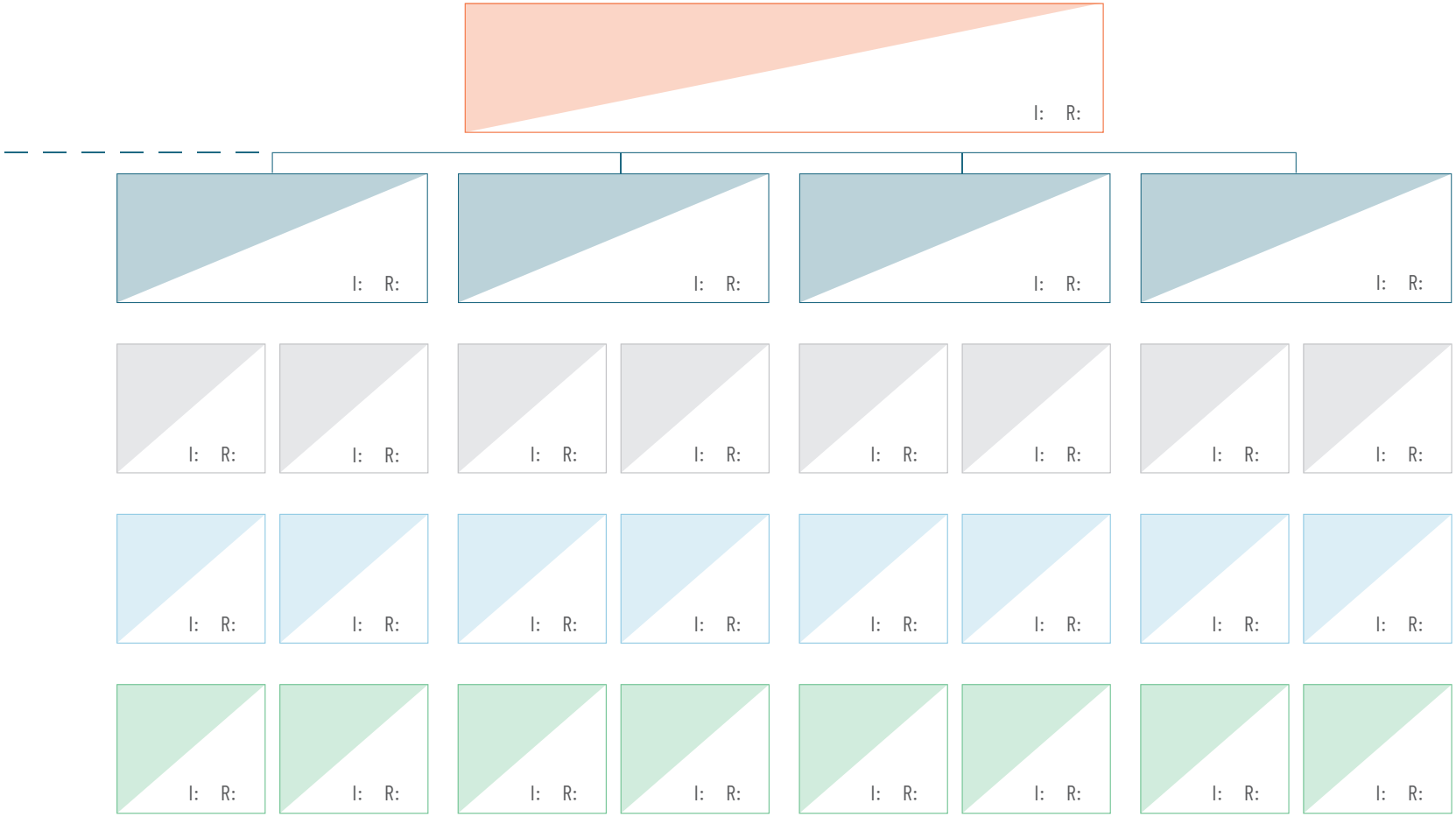


IMPORTANZA

0 - niente	2 - ragionevole	4 - alta
1 - bassa	3 - significativa	5 - fondamentale

RELAZIONE

0 - niente	2 - ragionevole	4 - alta
1 - bassa	3 - significativa	5 - fondamentale

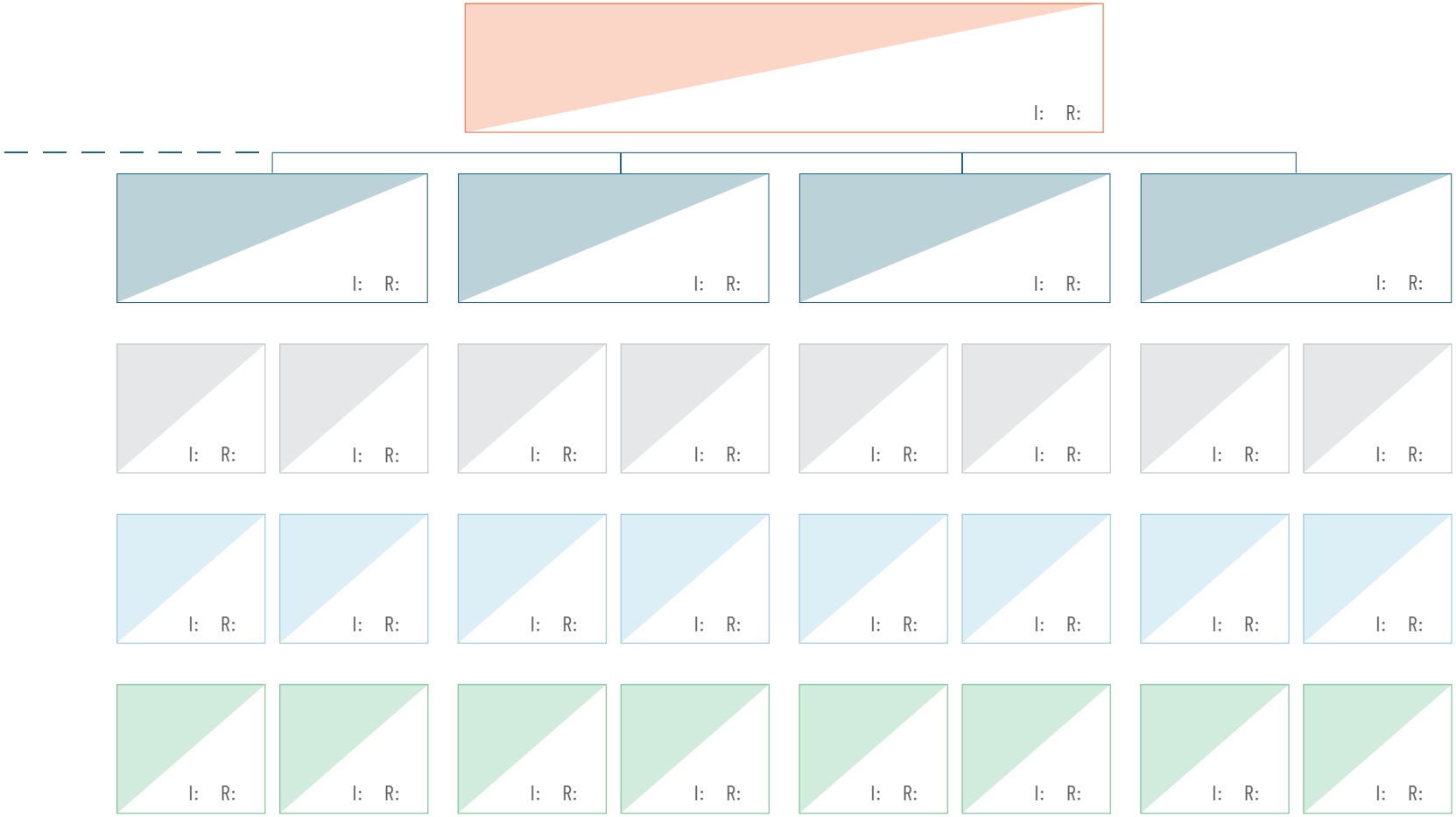


IMPORTANZA

0 - niente	2 - ragionevole	4 - alta
1 - bassa	3 - significativa	5 - fondamentale

RELAZIONE

0 - niente	2 - ragionevole	4 - alta
1 - bassa	3 - significativa	5 - fondamentale



IMPORTANZA

0 - niente	2 - ragionevole	4 - alta
1 - bassa	3 - significativa	5 - fondamentale

RELAZIONE

0 - niente	2 - ragionevole	4 - alta
1 - bassa	3 - significativa	5 - fondamentale

CAP 1 1.7 GIUDIZIO COMPLESSIVO ED ELENCO DELLE PRIORITÀ

COSA ABBIAMO CAPITO	PRIORITÀ	OBIETTIVI

CAP 1 1.8 VALUTAZIONE DELLE PRIORITÀ

PRIORITÀ	DIMENSIONI PRIORITÀ		PUNTEGGIO	RANK
	Valore 1 - basso 5 - alto	Sforzo 1 - alto 5 - basso		

1.9 PROJECT PLANNER

PROGETTO

OWNER

OPPORTUNITÀ

FASI DI PROGETTO

1

2

3

4

INTERAZIONI

RUOLI

SUCCESSO

CAP 1 1.10 ACTION PLAN

	AZIONI	RESPONSABILE	PRIORITÀ	INIZIO	FINE	NOTE
Obiettivo 1						
Obiettivo 2						
Obiettivo 3						
Obiettivo 4						

NOTE

NOTE

NOTE

Imprenditore SMART

next to you

imprenditoresmart.it