

# Indice sistematico

<b>Prefazione</b> .....	9
-------------------------	---

## **Parte 1 - La pianificazione commerciale**

### **Capitolo 1 - La pianificazione nel governo d'impresa**

1. Obiettivi del capitolo .....	15
2. Rapporto fra pianificazione aziendale e commerciale .....	15
3. Il processo di pianificazione delle vendite .....	20
4. Sintesi .....	22

### **Capitolo 2 - L'elaborazione degli obiettivi di vendita**

1. Obiettivi del capitolo .....	25
2. I fattori determinanti gli obiettivi di vendita .....	25
3. I fattori interni .....	26
4. I fattori esterni .....	31
5. Tipologie di obiettivi .....	35
6. Sintesi .....	35

### **Capitolo 3 - La predisposizione del piano di vendita**

1. Obiettivi del capitolo .....	37
2. Lo studio dei potenziali di mercato e di vendita .....	37

3. Le previsioni di vendita .....	41
4. Lo sviluppo delle alternative .....	51
5. I piani operativi commerciali .....	55
6. Il controllo commerciale .....	58
7. Sintesi .....	64

## **Parte 2 - L'organizzazione della forza vendita**

### **Capitolo 4 - Il ruolo della forza vendita**

1. Obiettivi del capitolo .....	69
2. Ruolo e funzioni del manager delle vendite .....	70
3. Ruolo e funzioni del capo intermedio .....	72
4. Ruolo e funzioni del venditore .....	74
5. Problemi organizzativi .....	77
6. Sintesi .....	77

### **Capitolo 5 - La struttura organizzativa della rete**

1. Obiettivi del capitolo .....	79
2. Rete diretta e rete indiretta .....	79
3. La scelta della rete ottimale .....	82
4. Il Capo di filiale .....	86
5. Sintesi .....	89

## **Parte 3 - Management e controllo della forza vendita**

### **Capitolo 6 - Il management della forza vendita**

1. Obiettivi del capitolo .....	93
2. L'analisi della mansione e dei compiti del venditore .....	93
3. Studio dei tempi .....	97
4. I metodi di vendita .....	101
5. Selezione e addestramento dei venditori .....	103
6. Sintesi .....	105

## Capitolo 7 - La zona di vendita

1. Obiettivi del capitolo .....	107
2. Il concetto di zona di vendita .....	108
3. La definizione delle zone di vendita .....	109
4. La copertura territoriale .....	111
5. Scelta del numero ottimale di venditori e altri problemi connessi ...	114
6. Sintesi .....	122

## Capitolo 8 - Il check-up della forza vendita

1. Obiettivi del capitolo .....	123
2. Le diverse aree di controllo .....	124
3. Analisi dell'attività di visita .....	128
4. Analisi di fidelizzazione e sviluppo della clientela .....	131
5. Analisi delle performance delle aree di vendita .....	132
6. Il controllo temporale della Forza Vendita .....	133
7. Un caso operativo .....	136
8. Sintesi .....	142

## Capitolo 9 - Come vendere in tempo di crisi

1. Introduzione .....	145
2. Cosa fare per migliorare la redditività.....	146
2.1 Come migliorare l'efficienza dei processi.....	146
2.2 Tattiche e strategie per evitare la riduzione delle vendite.....	148
2.3 Tattiche per sviluppare le vendite.....	150
2.4 Tattiche persuasive per sviluppare le vendite.....	156
2.5 Strategie per sviluppare le vendite.....	159
2.6 Crisi ma anche opportunità .....	160

## Appendice 1 - Le varie figure di vendita: un'analisi giuridica

1. Premessa .....	163
-------------------	-----

2. Agente generale e subagenti .....	163
3. Mediatori e procacciatori di affari .....	166
4. Commissionari e concessionari .....	169
5. Viaggiatori e piazzisti .....	171
6. Elementi contrattuali dei contratti di agenzia e rappresentanza .....	172
7. Sintesi .....	173

## **Appendice 2 - Manuale del software - Selling Control**

Tipi di modelli e configurazione del sistema .....	175
Menu e funzionalità del programma .....	175
Menu e funzionalità del programma .....	177
Menu Gestione Aree di Vendita .....	178
Menu Check-up .....	178
Menu Report e Grafici .....	179
Menu Management della Forza Vendita .....	181
Mix Prodotti .....	181
Planning .....	182
Menu Stampa .....	184
Menu Istruzioni e Utility .....	184
Utilizzo del software con OFFICE 2007 .....	184
Condizioni di utilizzo .....	187

## **Appendice 3 - Manuale del software Target Model**

Tipi di modelli e configurazione del sistema .....	189
Menu e funzionalità del programma .....	189
Logica del Modello e algoritmi impiegati .....	190
Menu e funzionalità del programma .....	192
Processo di analisi .....	195
Utilizzo del software con OFFICE 2007 .....	201
Condizioni di utilizzo .....	204

<b>Bibliografia</b> .....	205
---------------------------	-----

<b>Booksite: istruzioni per l'uso</b> .....	207
---	-----