

## MIGLIORARE L'EFFICACIA COMMERCIALE DEI PUNTI VENDITA

### FASI E MODALITA' DI INTERVENTO



#### L'analisi esterna

Oververo, conoscere chi è "fuori" dal punto vendita. Due sono gli attori importanti, da tenere continuamente sotto controllo:

- i *clienti* che più o meno frequentemente acquistano nel punto vendita e quelli che non ci mettono piede. Tre modi per conoscere i clienti:
  - le indagini ad hoc;
  - l'ascolto dei clienti mentre sono nel punto vendita;
  - l'analisi dei dati della barriera casse.
- i *concorrenti* che operano sulla stessa piazza, perché il cliente valuta il nostro punto vendita confrontandolo con il loro. Bisogna visitarli costantemente e verificare come utilizzano le diverse leve commerciali.

#### L'analisi interna

Conoscere il punto vendita, le sue prestazioni e le sue potenzialità, verificando:

- l'andamento degli indicatori di prestazione (fatturato, margini, scontrini, costo del lavoro, ecc.);
- l'utilizzo delle leve commerciali (assortimento, prezzi, promozioni, layout, display, servizio, ecc.);
- l'organizzazione (processi, competenze, metodi di lavoro, clima, ecc.).

## Il posizionamento locale

E' il motivo forte, chiaro e positivo che porta il cliente a fare acquisti in quel punto vendita, preferendolo ad altri.

## Il piano d'azione

Per raggiungere gli obiettivi di posizionamento e gli obiettivi quantitativi connessi, bisogna definire un piano commerciale. Ci sono due momenti, logicamente distinti:

- l'ideazione delle possibili azioni;
- la scelta e della programmazione delle azioni.

## La previsione dei risultati

Il piano d'azione va completato con la previsione dei risultati che ci si aspetta di conseguire dopo la "cura" e attraverso la "cura".

## IL NOSTRO CONTRIBUTO

Il cliente può utilizzare la metodologia e la consulenza in maniera flessibile, chiedendoci di collaborare con diversi livelli di coinvolgimento. Ad esempio:

- insegnare la metodologia (formazione);
- formare dei "facilitori" interni (formazione dei formatori / consulenti);
- costruire la politica commerciale insieme alla squadra di direzione (facilitazione di processo);
- definire il piano d'azione gestendo completamente il processo (consulenza).