

Anche la vendita può essere etica, ma serve la formazione

È possibile coniugare etica e profitto? Si può essere aziende eccellenti e produrre risultati economico-finanziari nel rispetto del contesto naturale e sociale? La risposta è sì. Come? Con una formazione multidisciplinare della rete vendita, che faccia uso della programmazione neuro-linguistica, del pensiero sistemico, dell'intelligenza emotiva e del project management. È questo l'approccio vincente che Granchi & Partners propone e che la società ha raccontato durante il workshop gratuito *Strumenti e tecniche per la gestione, la motivazione e il controllo della rete vendita* che si è tenuto il 28 ottobre a Milano.

Il marketing etico ed emozionale

Al di là delle competenze tecniche, per essere aziende eccellenti è oggi fondamentale insistere sulle emozioni. Solo così si soddisfa il cliente e si raggiungono gli obiettivi strategici di lungo periodo.

La vendita etica non solo è possibile, ma anzi auspicabile. Migliora, infatti, la reputazione del brand online, garantendo una relazione più duratura con tutti gli stakeholder: clienti, fornitori e dipendenti.

Perché questo sia possibile occorre, come primo passo, valorizzare il capitale umano.

In questo senso, Granchi & Partners propone il modello di formazione P.R.O.M.E.T.E.O., acronimo che sta per preparazione, orgoglio, mercato, empatia, tempo e obiezioni: tutte caratteristiche a cui deve tendere il 'buon' commerciale.

La gestione del cliente non finisce, ma inizia, con la firma del contratto. Sapersi occupare adeguatamente del post-vendita e misurare costantemente la customer satisfaction sono azioni necessarie per il successo. Spesso le aziende si limitano a misurare gli aspetti quantitativi, tralasciando quelli emotivo-relazionali. "Fare leva sui criteri qualitativi nella formazione della rete vendita è qualcosa che le aziende stanno cominciando a vedere come strategico e che noi mettiamo al centro dei nostri progetti formativi", raccon-

ta Guido Granchi, CEO di Granchi & Partners.

La formazione qualitativa della rete vendita

Innanzitutto è giusto considerare il ciclo di vita del prodotto, sulla base del quale riorganizzare la rete vendita. Per esempio, i venditori senior saranno più efficaci in una fase di lancio del prodotto, mentre venditori junior possono essere utili durante la fase di consolidamento, per ampliare la portata dell'azione di vendita. Essere pronti a mutare strategia in base al ciclo di vita dei prodotti è sicuramente un'azione vincente. Ma, per farlo, occorre avere le giuste competenze ed essere formati su criteri qualitativi.

Uno strumento utilissimo che Granchi & Partners trasferisce ai propri discenti è quello delle Balanced Score Card (BSC), ossia le schede di valutazione bilanciate. Le BSC sono utili perché permettono di considerare 4 dimensioni e di lavorare in modo integrato per rendere la vendita sostenibile nel tempo. Non considerano, dunque, solamente la dimensione delle prospettive economico-finanziarie (degli shareholder), ma anche quella legata alle prospettive degli stakeholder (clienti, fornitori, dipendenti), quella connessa alle prospettive di processo e quella che ha a che vedere con l'apprendimento e la crescita (il capitale umano).

Un altro strumento che compone il metodo Granchi è il modello delle 5P che identifica la qualità come insieme di quella Progettata e Pensata (dall'azienda), quella Prevista e Percepita (dal cliente) e, infine, quella Paragonata (con competitor e best in class).

L'area manager: cerniera tra direzione e forza vendita

Come l'efficacia delle BSC dipende dall'allineamento di una BSC 'madre' (o corporate) e di tante BSC 'figlie' (o di funzione), anche la rete vendita, per fare bene il proprio mestiere, deve poter seguire la rotta indicata dalla direzione. In questo processo per evitare il naufragio, il ruolo di cerniera dell'area manager è cruciale e importantissima



Guido Granchi, CEO di Granchi & Partners

è la formazione alle competenze relazionali: leadership, pianificazione, organizzazione e distribuzione degli incarichi, problem solving e capacità di motivare.

Tutto ciò si traduce nella competenza, per l'area manager, di stabilire un obiettivo, a partire da un desiderio, e indicare, a se stesso e agli altri, il percorso per raggiungerlo. Nel percorrere questo sentiero, l'aiuto che una società di formazione come Granchi & Partners può dare fa la differenza.

Granchi & Partners

Società di formazione, consulenza e coaching certificata ISO 9001, Granchi & Partners si compone di un gruppo di professionisti con percorsi differenti che condividono valori e obiettivi -trasparenza, onestà, aggiornamento continuo-, ma anche passione e divertimento. I formatori, specializzati in PNL, Intelligenza Emotiva, Pensiero Sistemico, Total Quality Management, Project Management e Pratiche Filosofiche per le Organizzazioni, propongono soluzioni personalizzate, sostenibile e misurabili.

L'approccio è, dunque, multidisciplinare ma sistemico, per aiutare il management a gestire l'attuale complessità e prevedere strategie innovative attraverso la definizione di scenari futuri. L'azienda è, infatti, considerata come un sistema integrato all'interno del quale tutte le funzioni devono collaborare per raggiungere gli obiettivi definiti da precisi KPI di miglioramento. Si aggiunge un focus importante sulla componente emotiva del 'fare business'.

www.granchiepartners.it