

JMAC Europe presenta Michael Webb

Come costruire un processo di vendita misurabile e prevedibile

Milano, 9 febbraio 2018

h. 9:30 - 13:00

In questo stimolante workshop della durata di 4 ore, **Michael Webb** [3], consulente americano esperto di **applicazione dei principi LEAN alle vendite e al marketing**, presenterà un nuovo e concreto approccio che permette alle aziende B2B di ottenere un vantaggio competitivo e migliorare la produttività di vendita in una percentuale variabile dal 25 al 50%.

Il workshop affronterà alcuni "miti" tipici del mondo delle vendite e del marketing:

- **Mito 1: " Il cliente non fornisce nessun valore aggiunto finché non conferma un ordine"**

Verranno presentati numerosi esempi di aziende che, dal momento in cui hanno iniziato a prestare attenzione al "come" i loro clienti volevano acquistare, hanno scoperto enormi vantaggi competitivi.

- **Mito 2: "I venditori sono allergici al processo"**

Ascolterete casi che dimostrano come i venditori adottino con entusiasmo l'approccio Lean, quando viene proposto correttamente.

- **Mito n. 3: "Le previsioni di vendita non valgono molto"**

Vedrete esempi di casi su come le organizzazioni hanno raggiunto e mantenuto un'accuratezza del 94% nelle loro previsioni di vendita.

- **Mito 4: "Lean e Operation Excellence si applicano alle funzioni operative, non ai manager o senior manager"**

I partecipanti capiranno perché la filosofia lean è uno strumento di leadership in assoluto tra i più efficaci.

Oltre a questo, M. Webb illustrerà alcuni metodi che consentono alle aziende B2B di migliorare in modo misurabile e continuo ricavi e margini.

- **Metodo 1: individuare le cause radice**

I *sales manager* e gli addetti alle vendite assumono maggior consapevolezza quando dispongono di un approccio solido e di dati che li aiutano a definire in maniera oggettiva ed innovativa il perimetro e la natura dei loro problemi

- **Metodo 2: sviluppare il flusso del valore delle vendite**

Sales & Marketing Workshop

Il concetto di "sistema di produzione di vendita" consente al team di affrontare e risolvere i problemi più comuni in ambito commerciale e di marketing, oltre a identificare e misurare gli sprechi e le attività a valore per il cliente.

• Metodo 3: migliorare il processo

I cuori e le menti diventano pienamente coinvolti quando sperimentano il principio del "rispetto per le persone". Questa è una chiave (gli "standard work") indispensabile per gestire in modo coerente ed efficace il funnel delle vendite (*finding, winning, keeping*). In questo modo le persone sono focalizzate giornalmente sui propri obiettivi, piuttosto che "combattere" ogni fine trimestre.

• Metodo 4: gestire il sistema di produzione

I *sales manager* possono sviluppare la capacità di migliorare, con il proprio team, il contesto in cui operano, solo quando le loro priorità sono definite correttamente (*PDCA approach*).