

libri

COME OTTENERE DI PIÙ DALL'ATTIVITÀ DI VENDITA? Il nuovo libro di curato da Vladimiro Barocco lo spiega in modo semplice e scientifico.



"LA GESTIONE DELLA FORZA VENDITA. COME OTTENERE DI PIÙ DALL'ATTIVITÀ DI VENDITA"

di Vladimiro Barocco
Edizioni FrancoAngeli

Anno: 2009

Pagine: 256

Euro: 30,00

mix: la "P" di *promotion* infatti comprende la pubblicità, le promozioni e la vendita personale. Se la forza

vendita non compie bene la sua funzione, gli altri elementi del marketing mix non possono porvi rimedio.

Al *sales manager*, che sia un imprenditore, un direttore vendite o un'area manager, è delegato un compito impegnativo: **fare i numeri attraverso la gestione del gruppo di vendita.**

Chi guida un gruppo di venditori deve possedere, oltre alle **doti di venditore**, anche le competenze di chi ricopre un **ruolo di leadership**, cui viene richiesto di svol-

gere un'effettiva azione direzionale in rapporto ad una forza vendita quasi sempre composta da persone assai diverse per esperienza, interessi e motivazioni.

I compiti affidati al Responsabile vendite sono quindi di carattere manageriale: il ruolo prevede sia attività di carattere tecnico, quali l'organizzazione, la programmazione, il controllo, il monitoraggio delle vendite, ma anche aspetti più vicini alla funzione Risorse umane, come la selezione, la formazione, la gestione e la motivazione dei venditori.

Il volume, **ricco di esempi e schematizzazioni**, di strumenti e indicazioni metodologiche, si rivolge ai giovani sales manager o a chi desidera fare carriera nelle vendite, ma è in grado di offrire, anche a

chi ha già maturato esperienze nel ruolo interessanti, stimoli **per ottenere migliori risultati da un gruppo di venditori.**

Perché leggere questo libro?

Il libro offre in modo facile, veloce e scientifico:

1. Un metodo per ricercare, valutare e selezionare i migliori venditori.
2. Informazioni su come addestrare, formare e fare crescere capacità e abilità della forza vendita.
3. Uno schema operativo per costruire la più opportuna organizzazione di vendita per l'azienda.
4. Tecniche per compensare, premiare e motivare i venditori.
5. Modelli per valutare i risultati conseguiti, le capacità ed i miglioramenti ottenuti dai venditori.



maggio
23