AREA 6 - Commerciale

06 dicembre 2013

Non basta avere un buon prodotto/servizio, al momento giusto, col prezzo giusto e con l'immagine giusta. E' cruciale, e lo è sempre di più, che il prodotto/servizio sia ben distribuito, sia facilmente reperibile in più mercati.

Se globalizzazione significa omogeneizzazione dei consumi, per essere competitivi occorre dotarsi di una perfetta organizzazione commerciale. Ciò significa copertura del territorio nei principali mercati di riferimento; distribuzione nei canali di vendita appropriati; sistema informativo all'avanguardia, che integri in un unico sistema progettazione-produzione-agenti-venditori e distributori. Il tutto con l'obiettivo di migliorare le performance commerciali riducendone i costi e offrendo un miglior servizio al cliente.

Lo sviluppo commerciale passa attraverso una perfetta sintonia fra i vari strumenti.

Al TM vengono dunque richieste competenze in materia di strategie commerciali e di marketing di breve, medio e lungo termine per tutti i prodotti/servizi aziendali. Definizione delle politiche di prezzo, dei canali distributivi, delle strategie di promozione e comunicazione esterna. Elaborazione degli obiettivi di vendita e del budget commerciale annuale e dei piani pluriennali. Monitoraggio dei mercati di riferimento. Definendo delle azioni e degli strumenti più idonei al raggiungimento degli obiettivi in coerenza con le politiche e con l'immagine aziendale. Organizzazione della struttura commerciale, selezione, formazione, incentivazione e motivazione della forza di vendita. Ricerca di accordi con eventuali partner sul territorio, in Italia e all'estero. Cura delle relazioni con i clienti strategici e partecipazione a trattative complesse o importanti. Definizione delle strategie di assistenza ai clienti.

Per visionare i Curriculum Vitae dei Temporary Manager di competenza
contattare segreteria.generale@unioncamere-calabria.it