

Le 5 aree chiave per le vendite

Per le vendite, se il 2020 ha significato l'esigenza di essere più agili, resilienti e concentrati possibile durante la pandemia, il 2021 riguarderà la pianificazione del futuro.

Continuare a gestire l'attività di vendita nei periodi di cambiamento è fondamentale sia per la sopravvivenza che per la salute a lungo termine degli affari. Quindi, come costruire un team di vendita più resiliente, mantenersi concentrati e motivati e prepararsi per i cambiamenti che stanno arrivando?

Di seguito è riportato uno schema delle cinque aree chiave che devi considerare quando si tratta di rendere l'infrastruttura di vendita della tua azienda il più sicura e a prova di futuro possibile.

Il **14% delle aziende** ha accelerato la crescita durante le ultime quattro recessioni. Una **funzione di vendita resiliente è fondamentale** per questa crescita.*

1. Esperienza e impegno

Come costruire un rapporto continuo e interattivo con i clienti?

2. Vendita consultiva aumentata

Quali aree del processo di vendita puoi automatizzare e quali invece dovrebbero mantenere percorsi di vendita più tradizionali?

3. Vendite e servizi senza soluzione di continuità - qualunque sia il canale

Sei organizzato per servire il cliente nel modo in cui vuole essere servito? Le opzioni giuste per dare la migliore assistenza e consulenza nel momento in cui ne hanno bisogno - come deciso da loro.

4. Amministrazione semplificata

Ridurre le spese amministrative e allo stesso tempo fornire un'esperienza "diretta" ai clienti.

5. Operazioni di vendita efficaci

Costruire un sistema di feedback mirato e informativo che permetta un'allocazione più efficiente delle risorse, la valutazione e il miglioramento delle prestazioni e la semplificazione delle attività operative.

Esiste un elemento che collega e sostiene tutte queste aree. Niente di tutto questo può funzionare se non hai investito nelle tecnologie di base che supportano e aiutano i tuoi team a raggiungere gli alti standard che ci si aspetta da loro.

Occorre garantire che gli investimenti di base nelle tecnologie digitali aziendali siano focalizzati e finalizzati ad una maggiore comprensione dei bisogni dei clienti e ad una migliore interazione con essi. Occorre inoltre accrescere la capacità di gestire qualunque canale con la giusta miscela di strumenti e tecnologie.

E adesso?

Per creare una strategia che consenta di costruire una maggiore resilienza della struttura di vendita, dovrai pianificare in anticipo. Per questo abbiamo scritto un articolo sulla resilienza delle vendite che possa guidarti attraverso ciò che devi sapere per andare avanti con fiducia.