

Processo commerciale

SCOPO		
Generare i ricavi per il conseguimento dell'utile dell'organizzazione, attraverso la vendita dei prodotti e dei servizi che soddisfano le richieste del mercato e dei clienti		
FASI	ATTIVITA' OPERATIVE	RESPONSABILE
Analizzare il mercato	Identificare le esigenze espresse dal mercato Elencare le caratteristiche che deve possedere il prodotto/servizio che sono richieste dai potenziali clienti. Tali caratteristiche forniranno gli input per la progettazione di prodotti/servizi in linea con le esigenze del mercato	AMMINISTRATORE
	Identificare i potenziali clienti Stabilire le caratteristiche che distinguono coloro che sono interessati al prodotto/mercato e segmentare i potenziali clienti in relazione a queste caratteristiche per riconoscere segmenti differenti per regione geografica, fascia di reddito, età, ecc.	RESPONSABILE DI AREA
	Determinare il segmento di riferimento Analizzare i segmenti di mercato e, tra quelli possibili, scegliere quello più conveniente per le scelte aziendali di vendita. Il segmento scelto diventerà il target di riferimento al quale offrire prodotti/servizi. Creare un database identificando i potenziali clienti con le informazioni anagrafiche	AMMINISTRATORE
	Determinare il budget dei ricavi delle vendite In relazione alla numerosità del target di mercato stabilire un budget con le previsioni dei ricavi basato su periodi mensili e su n° di prodotti venduti e prezzo medio del prodotto	AREA AMMINISTRAZIONE
	Redigere il piano dei contatti commerciali Redigere il piano dei contatti commerciali elencando i potenziali clienti verso i quali attuare la comunicazione del marketing che deve trasformare i potenziali clienti in clienti veri e propri che effettuano l'acquisto. Deve essere pianificato il risultato in termini di unità di prodotti/servizi venduti conforme a quanto è stato determinato in fase di budget	RESPONSABILE DI AREA

Sviluppare la comunicazione	Preparare la presentazione del prodotto servizio Date le caratteristiche del target di potenziali clienti, con le loro esigenze e i prodotti/servizi che dovranno soddisfarle, ciascun prodotto/servizio deve esser dotato di una presentazione che lo identifica e illustra come esso può oggettivamente soddisfare le aspettative del cliente	RESPONSABILE DI AREA
	Organizzare la rete commerciale per lo sviluppo dei contatti previsti dal piano Deve essere sviluppata una rete commerciale di venditori/rappresentati che eseguono attività di comunicazione presso i potenziali clienti individuati dal piano commerciale e con i supporti di comunicazione creati (es. brochure) per lo sviluppo di tali contatti. A ciascun commerciale deve essere affidata una parte del mercato da sviluppare con obiettivi e scadenze precise compatibili con il piano commerciale	AMMINISTRATORE
	Sviluppare la comunicazione del prodotto-servizio presso i potenziali clienti Le persone incaricate del ruolo commerciale provvedono a sviluppare i contatti attraverso la presentazione dell'organizzazione e del prodotto e le offerte di prodotto/servizio. Lo sviluppo delle relazioni con i potenziali clienti deve trasformare i contatti in contratti e cioè vendite	RESPONSABILE DI AREA
	Registrare nel sistema informativo aziendale tutte le relazioni intrattenute con i potenziali clienti Tutte le interazioni intrattenute con i potenziali clienti e con i clienti devono essere registrate e monitorate, affinché tali rapporti risultino identificabili e rintracciabile e ciascuna relazione possa essere gestita e finalizzata alla vendita del prodotto/servizio	RESPONSABILE DI AREA
	Registrare nel sistema informativo aziendale le richieste di offerta dei clienti Le richieste di offerta, e cioè le richieste di preventivo, che avanzano i potenziali clienti devono essere registrate allo scopo di esaminarle ed eventualmente soddisfarle. Tali richieste costituiscono i documenti dai quali discenderanno	RESPONSABILE DI AREA

	la progettazione del prodotto/servizio richiesto ed eventualmente l'effettiva produzione/erogazione (in caso di stipula del contratto di vendita)	
Gestire gli aspetti contrattuali	Determinare i requisiti del cliente Raccogliere, identificare e classificare i requisiti espressi dal cliente relativi al prodotto/servizio in maniera esauriente assicurando di poter comprendere tutte le sue esigenze: funzionali, estetiche, quantitative, di costi e tempi, di durata e scadenze	RESPONSABILE DI AREA
	Riesaminare i requisiti del cliente Comprendere se e come le esigenze espresse dal potenziale cliente possono essere soddisfatte attraverso il puntuale rispetto di tutti i requisiti rilevati. Comprendere se l'organizzazione dispone o può disporre dei supporti necessari ad assicurare lo sviluppo dei requisiti richiesti e valutare eventuali alternative con il potenziale cliente	AMMINISTRATORE
	Stipulare il contratto Se il riesame di "fattibilità" dà esito positivo con il potenziale cliente, l'organizzazione ha provvede a redigere il contratto specificando o riferendosi ai requisiti concordati con il potenziale cliente che diventeranno obblighi contrattuali. Poi il contratto deve essere firmato e registrato	RESPONSABILE DI AREA