



## Sales Management



**La soluzione più completa  
per l'automazione del processo  
commerciale**



## RISORSA SalesWare Sales Management

Il mercato della distribuzione specializzata (o tradizionale) si caratterizza per la gestione globale del cliente, obiettivo strategico per ciascun componente della forza di vendita.

Il venditore è l'interlocutore abituale per la maggior parte degli aspetti che intervengono nella relazione tra l'Azienda e il Cliente: dalla prima fase di ricerca ed acquisizione, alla gestione delle vendite (contrattazioni e ordini), sino alla gestione dei contenziosi e delle lamentele che si possono eventualmente verificare.

Per questo motivo diviene fondamentale dotare la forza di vendita di tutte le informazioni disponibili e degli strumenti di gestione utili a migliorare l'operatività del proprio lavoro.

Nel relazionarsi con la propria clientela il venditore deve quindi ricevere il supporto delle varie funzioni organizzative di sede (customer service, marketing, amministrazione vendite, logistica, ecc..) soprattutto attraverso la disponibilità di informazioni residenti nel sistema informativo di sede.

RISORSA **SalesWare** copre tutto l'ambito delle funzionalità che questo scenario richiede, sia gestendo le informazioni che sono proprie del lavoro di front office (venditore, Key Account, promoter,...), sia organizzando quelle di pertinenza del back office (utenti di sede).

La soluzione **Sales Management** è stata specificatamente disegnata per offrire una visione completa di tutte le informazioni necessarie a tutti i componenti delle vendite. Il sistema è composto da un insieme di strumenti che, sfruttando adeguatamente le nuove tecnologie, ottimizzano il processo e mettono a disposizione dell'organizzazione commerciale un modello di business con il quale confrontarsi per puntare al raggiungimento degli obiettivi prestabiliti.

Oggi il modello della distribuzione e delle vendite è fortemente condizionato dalla grande influenza esercitata dal canale, dal settore e dal prodotto che viene commercializzato. I sistemi informativi commerciali devono necessariamente tenere in debita considerazione le peculiarità che caratterizzano ciascun mercato. Salesware è stato quindi disegnato per gestire, tramite le sue molteplici verticalizzazioni, le particolarità di ogni settore merceologico, non vincolandosi a nessun modello di business specifico.

RISORSA SalesWare Sales Management nelle sue diverse configurazioni e verticalizzazioni è applicabile con successo in mercati quali:

- Alimentare
- Dolciario
- Bevande
- Cosmetico
- Abbigliamento/Calzature
- Chimico/Farmaceutico
- Pet Food





Sales Management mette a disposizione tutte le informazioni necessarie alla forza di vendita per relazionarsi correttamente con la clientela.

Sales Management adegua i componenti funzionali alle necessità dei differenti profili di utenza e delle diverse funzioni aziendali coinvolte nella relazione con il cliente.

Il sistema si basa su tre moduli principali:

**Gestione delle attività**

E' composto da un insieme di funzionalità orientate a gestire in maniera ottimizzata tutte le attività che quotidianamente impattano sulla rete di vendita.

Un'agenda, completa e condivisa, che viene generata a partire dalle attività del singolo utente e integrata da una pianificazione automatica, legata alle campagne di vendita e alla frequenza di visita, permette di coordinare le attività di tutti i componenti della rete vendita e di realizzare un puntuale e esaustivo supporto vendite, rapportandolo con le azioni e gli obiettivi pianificati.

**Gestione delle vendite**

Sono gestite tutte le tipologie di ordini di vendita, resi inclusi, consentendone la valorizzazione, la validazione e il tracking, in funzione della tipologia del mercato e dei prodotti venduti.

Il sistema comprende un potente gestore di condizioni di vendita, con il relativo work-flow.

Permette di definire con semplicità criteri di approvazione manuali e automatici, periferici e centrali e numerose altre funzioni di supporto che facilitano la definizione, l'inserimento e il successivo trattamento dell'ordine.

La fruibilità del sistema in forma estremamente semplice da parte di tutti gli utenti dell'organizzazione commerciale (rete vendita amministrazione vendite di sede, filiali, distributori, clienti, ecc..)

può far diventare Sales Management l'unico sistema di accesso e di gestione del ciclo attivo, interfacciandolo all'ERP aziendale per quanto concerne la logistica e l'amministrazione.

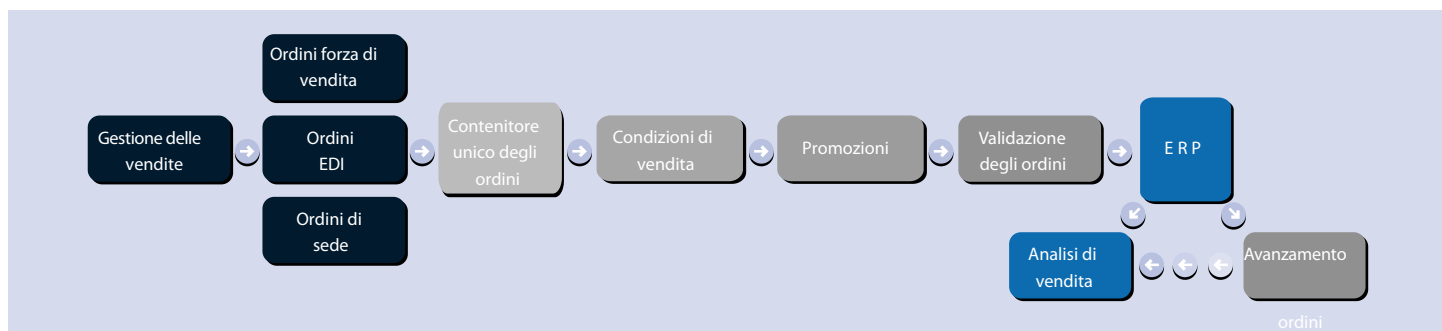
**Analisi delle informazioni**

Il consolidamento di tutte le informazioni che provengono dal sistema commerciale e la possibilità di integrazione con dati diversi, trasformano il modulo analitico in un autentico cruscotto aziendale dell'attività commerciale.

I risultati ottenuti, i vari indicatori analitici di business, i dati dettagliati delle vendite, gli sforzi delle azioni promozionali e le attività sul punto di vendita forniscono alla Direzione Commerciale un adeguato strumento di supporto decisionale.

La soluzione offre due prospettive chiaramente differenti in funzione delle necessità: "back office" (con funzioni di amministrazione e di analisi) e "front office" (lavoro sul campo) e possono operare sia in modalità on line, sia off line.

In questo modo il sistema fornisce risposte adeguate tanto agli utenti di sede (back office), quanto agli utenti periferici, sia che questi lavorino su postazioni fisse (filiali, distributori, clienti), sia che operino su postazioni portatili (venditori, Key Account, Promoter).





## **Benefici della soluzione**

**Automazione del flusso di informazioni tra le diverse figure aziendali coinvolte nel processo di vendita, di fidelizzazione e di servizi alla clientela, con una importante riduzione degli interventi umani; i risultati si evidenziano in:**

- **Disponibilità immediata delle informazioni**
- **Eliminazione degli errori**
- **Riduzione delle anomalie**
- **Risparmio nell'introduzione dei dati e nella loro distribuzione**

**Maggiore tempestività e migliore qualità nella disponibilità di informazioni per conoscere il comportamento del mercato.**

**Stabilisce un ambiente omogeneo per l'integrazione della forza vendita nella gestione aziendale, rendendola partecipe del conseguimento degli obiettivi attesi.**

**Mette a disposizione della società tutte le informazioni necessarie per individuare i bisogni dei clienti, generando opportunità per migliorare le relazioni.**

**Possibilità di definire azioni mirate e personalizzate per migliorare il servizio al singolo cliente.**

**Implementazione di una soluzione progettata specificatamente per l'area commerciale e perfettamente integrata con i sistemi informativi aziendali**

**Utilizzo di un ambiente standard che utilizza le moderne tecnologie e che è assolutamente parametrico e personalizzabile, in funzione delle esigenze di ciascuna Azienda.**