



STEFANO SCOLARI  

---

STUDIO

# Consulenza 2020

Sviluppo risorse umane e formazione

## about **US**

Qualunque sia la dimensione e il mercato di una impresa, quello che si cerca ogni giorno è qualcosa che dia un deciso vantaggio competitivo. Mai come oggi questo vantaggio è dato dal fattore umano: il successo di una organizzazione dipende strettamente dall'abilità nel trovare e gestire le migliori risorse umane.

Sono infatti le persone che fanno sì che le organizzazioni funzionino. Abbiamo scelto di specializzarci nell'area commerciale perché è lì, più che in altre parti, che il fattore umano è più critico e decisivo. Abbiamo gli strumenti e l'esperienza per aiutare ogni azienda, anche la sua, nella ricerca, valutazione e sviluppo dei propri collaboratori e, quindi, dell'impresa nel suo complesso. Tutti trarranno beneficio da questo miglioramento: i manager, i collaboratori e anche i clienti.

La nostra missione è quella di aiutare le imprese clienti ad aumentare la propria redditività attraverso lo sviluppo delle loro risorse umane. In specifico assistiamo i nostri clienti nella realizzazione e gestione di strutture produttive e redditizie attraverso la ricerca e selezione dei migliori talenti e la loro formazione.

Non a caso il nostro motto è:

**Migliori le persone, maggiori i risultati**



**STEFANO SCOLARI**  
**STUDIO**

# Audit vendite

Misurare e valutare in modo analitico la struttura commerciale e il supporto alle vendite è il punto di partenza per qualunque strategia volta ad incrementare l'efficienza e la redditività di un'impresa

## Le aree valutate

- Orientamento dell'azienda: verso i risultati oppure verso i comportamenti
- Coerenza con l'orientamento di:
  - a. definizione delle abilità e delle competenze necessarie per ogni figura;
  - b. retribuzione della forza vendite;
  - c. obiettivi e metodi di valutazione dei risultati;
  - d. sistema di incentivazione e premi;
  - e. margini di discrezionalità e delega delle responsabilità;
  - f. formazione dei prezzi e condizioni di vendita;
  - g. struttura commerciale (dimensioni, tipo e competenze);
  - h. ruolo dei manager e dei supervisor;
  - i. prospettive di sviluppo individuale e di carriera;
  - j. programmi di addestramento e formazione;
  - k. clima
- Recruiting: struttura, metodi, attrattività delle proposte ed efficacia
- Contratti d'agenzia: adeguatezza agli obiettivi dell'impresa e correttezza rispetto alle norme e agli AAC

## ANALISI DEI DATI AZIENDALI, DEL SISTEMA RETRIBUTIVO E INTERVISTE AL PERSONALE COMMERCIALE PER VALUTARE L'ADEGUATEZZA DELLA RETE AGLI OBIETTIVI

- Performance (risultati e scostamenti rispetto agli obiettivi) della rete vendita

### Quello che emerge dall'audit

- Valutazione dell'efficacia delle strutture di vendita in rapporto agli obiettivi aziendali
- Analisi degli scostamenti dagli indici ottimali
- Valutazione delle aree di forza e di debolezza
- Individuazione delle aree di intervento
- Scelta dei mezzi e dei tempi di intervento

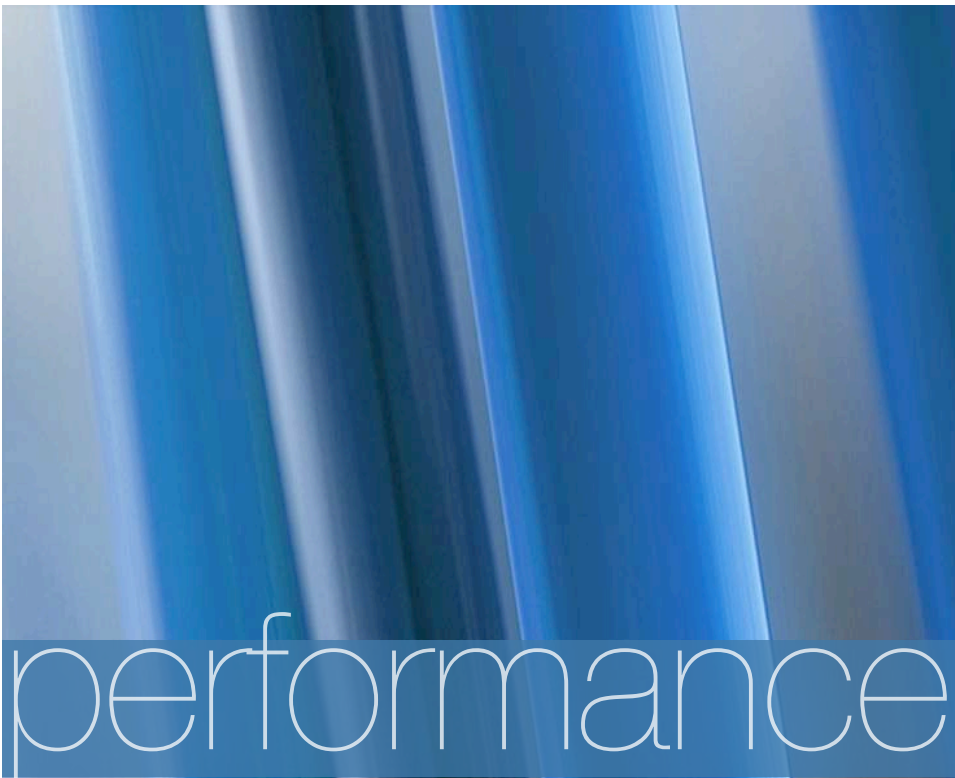
L'Audit viene condotto sia attraverso l'analisi dei dati in possesso dell'impresa, sia attraverso un modello di indagine qualitativo che prevede interviste strutturate (cioè con domande predefinite) incrociate tra manager e supervisor e personale operativo (agenti e dipendenti).

I risultati emersi con l'Audit Vendite, inoltre, si potranno utilizzare come benchmark, indici di riferimento per valutare l'efficacia delle future azioni.

audit

# Sales cockpit

QUANDO SI È ALLA GUIDA  
DELL'AZIENDA, PER DECIDERE QUALE  
STRADA PRENDERE È BENE SAPERE  
NON SOLO DOVE SIAMO, MA ANCHE  
DA DOVE SIAMO ARRIVATI  
E DOVE STIAMO ANDANDO



Implementazione di una serie di strumenti innovativi per la valutazione delle performance di vendita e per la gestione della rete commerciale

## **MAR Matrice attività rete vendite**

(Metodo delle Best Practices): attraverso la misurazione dei fattori critici del processo di vendita sarà possibile isolare e individuare oggettivamente i motivi del successo dei venditori migliori ed utilizzarli come benchmark per l'intera rete vendite.

L'analisi della MAR evidenzia abbastanza agevolmente quali potrebbero essere le attività sulle quali concentrare i propri programmi di formazione e incentivazione, quali attività sono prioritarie e consente, se necessario di dividere i collaboratori in categorie sulla base del loro punteggio.

## **MDA Matrice dinamica aziendale**

Strumento di analisi del portafoglio (prodotti, clienti, venditori ecc.) che consente di classificare le aree strategiche dell'impresa e di monitorarne lo sviluppo nel tempo. Con l'MDA si può: analizzare l'attuale livello di contribuzione delle varie aree e misurare i miglioramenti nel tempo; individuare rapidamente e su dati oggettivi le aree in crescita e quelle in calo; indirizzare gli sforzi e le risorse aziendali in modo appropriato.

MDA è una matrice attraverso la quale viene analizzato un determinato portafoglio aziendale dove, oltre alla tradizionale sud-

divisione ABC, viene anche sottolineata la provenienza di ciascun soggetto. Ad esempio di un soggetto di categoria A viene anche evidenziato se in precedenza era già in tale categoria (e perciò rimane statico) o se vi proviene per crescita. In questo modo dà una visione dinamica dell'andamento.

La matrice è applicabile a qualsiasi portafoglio: prodotti, linee, clienti, canali distributivi, venditori e così via.

La matrice misura: il numero dei soggetti presenti nella categoria all'inizio del periodo; i soggetti presenti nella categoria alla fine del periodo e la loro provenienza; i business aggiuntivi e quelli persi e la loro consistenza; la variazione rispetto al periodo precedente.

## **VPC Valore previsto cliente**

Innovativo sistema di valutazione della clientela che permette di calcolare l'effettivo potenziale di un territorio o di un portafoglio clienti e di condurre una discussione sul target mirata al raggiungimento degli obiettivi. VPC consente di mettere a confronto, applicando adeguate formule, clienti sia effettivi sia potenziali secondo un metodo razionale. In questo modo è possibile investire di più verso i clienti di maggior valore.

# || Metodo VPS



La selezione non è come una scatola di cioccolatini, puoi sapere quello che ti capita, se sai come cercarlo

VPS misura le attitudini, le competenze e i comportamenti del candidato rilevanti per il successo nel lavoro che dovrà svolgere servendosi di una serie di scale (quali ad esempio 'Attitudine alla vendita' o 'Trovare nuovi clienti'), attraverso interviste strutturate.

VPS misura il temperamento del candidato e lo mette in relazione al tipo di ruolo che dovrà assumere. Infine vengono prese in esame le esperienze fatte analizzando in dettaglio il curriculum del candidato. Ognuna di queste tre fasi genera dei punteggi oggettivi, indipendenti cioè dalla valutazione dell'intervistatore.

ore, che determinano se e in quale percentuale il candidato è 'raccomandabile' per la posizione ricercata.

Poiché le tre aree di misura non hanno lo stesso peso, VPS segue la 'Regola del 5-4-1', il punteggio finale del candidato sarà infatti determinato:

- per il 50% dalle interviste strutturate
- per il 40% dalla valutazione del temperamento
- per il 10% dalla valutazione del curriculum

Al termine della valutazione i candidati che hanno ottenuto un punteggio ritenuto soddisfacente vengono 'raccomandati' per ricoprire il ruolo cercato. Per ogni candidato 'raccomandato' viene stilato un report che contiene:

- I punteggi complessivi del candidato;
- I punteggi relativi alle singole scale di valutazione;
- Una evidenziazione dei suoi punti forti e delle aree di debolezza;
- Indicazioni per la formazione e la gestione del candidato una volta che sia stato inserito;
- Il suo profilo di temperamento con punti di forza e aree di rischio.

VPS pertanto non è uno strumento utile solo nel momento della selezione, ma lo è anche per i manager che dovranno formare, gestire e accompagnare al successo il nuovo collaboratore.



# Formazione **finanziata**

## CONSULENZA PER IL FINANZIAMENTO DELLA FORMAZIONE

La formazione e la qualificazione del personale aumenta la competitività può spingere i ricavi delle imprese. Certo, la formazione di qualità costa, sarebbe meglio finanziarla senza gravare sulle risorse dell'azienda. Qui interveniamo noi: aiutandola a utilizzare le diverse fonti di finanziamento disponibili. Abbiamo una lunga esperienza nel far sì che i progetti formativi dei nostri clienti vengano approvati per il finanziamento. Ci possiamo occupare di tutto con puntualità e precisione: dall'analisi delle esigenze di formazione alla progettazione, dalla gestione del corso agli adempimenti burocratici.

Aiutiamo le aziende clienti nel richiedere e beneficiare dei finanziamenti per la formazione dei dipendenti messi a disposizione dai Fondi Interprofessionali e da altre fonti quali il Fondo Sociale Europeo. Attraverso le nostre competenze e la collaborazione con enti formativi e consorzi, possiamo contare su una consolidata esperienza come promotori e progettisti della formazione finanziata e avere accesso ai maggiori canali di finanziamento. Questo permette di progettare ogni percorso formativo in modo flessibile intersecando le necessità aziendali e le possibilità offerte dai bandi.

Supportiamo i nostri clienti durante tutte le fasi e le attività del progetto finanziato: consulenza, iscrizione, presentazione, gestio-

ne e rendicontazione dei piani formativi.

Individueremo assieme a lei la fonte di finanziamento più idonea: fondi interprofessionali, voucher formativi, fondo sociale e possiamo fornire un servizio, per così dire, 'chiavi in mano'. In questo modo il personale dell'azienda sarà libero di concentrarsi sulle attività importanti e non dovrà perder tempo con la burocrazia.



# Executive class

Interventi formativi progettati sulle necessità effettive dell'azienda e personalizzati per tener conto delle specificità aziendali. Metodi e strumenti collaudati tagliati su misura per l'azienda.

Alcuni degli argomenti più frequentemente richiesti sono:

## II METODO DEL GENIO

### Professionisti delle vendite

Tecniche professionali per avere successo nelle vendite utilizzando un metodo chiaro e di semplice applicazione

#### Risultati

- Percentuale più alta di trattative di successo
- Più venditori che riescono ad aver successo in questa professione
- Maggiore consapevolezza delle cose da fare e degli strumenti necessari

## FIDELIZZARE I CLIENTI

Tecniche di vendita per far sì che i clienti non siano semplicemente 'soddisfatti' ma diventino clienti fedeli della vostra impresa resistendo alle lusinghe dei concorrenti

#### Risultati

- Più clienti leali che vi considerano un 'partner' più che un fornitore
- Meno clienti persi anche se apparentemente soddisfatti
- Maggior successo delle vostre campagne promozionali e del lancio di nuovi prodotti
- Aumento costante e organico delle vendite

INTERVENTI FORMATIVI PERSONALIZZATI CHE SI RIVOLGONO ALLE AZIENDE CHE VOGLIONO QUALIFICARE O RIQUALIFICARE IL PROPRIO PERSONALE COMMERCIALE E DARE STRUMENTI INNOVATIVI AI PROPRI COLLABORATORI

## CONQUISTARE GRANDI CLIENTI

Tecniche e strategie di vendita per conquistare e mantenere i grandi clienti, soprattutto in ambienti competitivi con forte presenza di concorrenti

#### Risultati

- Più clienti importanti acquisiti
- Meno clienti persi o non acquisiti per 'ragioni ignote'
- Concentrazione degli sforzi sulle azioni più importanti, con riduzione degli sprechi di tempo e denaro

## TT20 TEMPO&TERRITORIO

Gestire e far fruttare a fondo il proprio tempo e il proprio territorio

#### Risultati

- Riduzione del numero dei clienti persi
- Miglioramento del servizio alla clientela
- Maggior controllo della clientela e della zona
- Riduzione degli investimenti di tempo e denaro 'casuali' con maggior concentrazione sui clienti a più alto potenziale

executive

# Laboratori del genio

## SEMINARI PER IMPRENDITORI E MANAGER

I LABORATORI sono una fusione tra Formazione e Consulenza: sono incontri nei quali non solo si fa formazione su di uno specifico argomento, ma si analizzano approfonditamente problemi e soluzioni attuate da ciascun partecipante e vengono realizzati dei piani di applicazione specifici per ciascuno. I partecipanti impareranno e applicheranno tecniche innovative per misurare, addestrare, gestire e guidare le loro reti vendita e vincere la sfida di un mondo sempre più competitivo e di clienti sempre più impegnativi.

### Fiere e mostre: occasioni da sfruttare a fondo

Laboratorio per il personale coinvolto nella partecipazione alle fiere finalizzato a ottimizzare l'approccio al cliente e a far rendere al massimo l'investimento

#### Risultati

I risultati che è lecito attendersi da questo laboratorio sono:

- Maggiori ritorni sull'investimento fiera in termini di vendite concrete
- Concentrazione sulle attività e sui contatti più interessanti
- Riduzione dei contatti persi perché non seguiti adeguatamente
- Migliore immagine dell'azienda

#### Al termine i partecipanti sapranno

- Fissare degli obiettivi adeguati
- Pianificare la partecipazione, programmare le attività allo stand e decidere quali strumenti e supporti utilizzare per raggiungere gli obiettivi

- Identificare rapidamente tra curiosi e clienti potenziali
- Gestire al meglio i colloqui allo stand e dare il seguito appropriato ai colloqui interessanti

#### Vantaggi per i partecipanti

Spesso la partecipazione alle fiere è una sorta di 'obbligo' aziendale cui non ci si può sottrarre: i clienti si aspettano di vedervi in fiera e, se non siete presenti, potrebbero iniziare a pensare al peggio. In realtà le fiere sono delle grandi occasioni per farsi conoscere da nuovi clienti o partner commerciali e per rinsaldare i rapporti. La cosa veramente importante per sfruttare fino in fondo l'investimento rappresentato dalla fiera è di avere ben chiaro cosa si va a fare, con quali obiettivi e, di conseguenza, quali saranno le azioni e i comportamenti da tenere allo stand. Obiettivo del laboratorio è quello di far sì che la partecipazione alle fiere non sia una semplice azione di pubbliche relazioni ma che si trasformi in concreti risultati di vendita.

#### A chi è rivolto

A tutto il personale impegnato nell'organizzazione della partecipazione a fiere, mostre, open-house ecc. nonché a tutto il personale che sarà presente nello stand

#### Durata

2 moduli di quattro ore ciascuno





# Laboratori del genio

## MISURARE LE PERFORMANCE PER OTTENERE RISULTATI ECCELLENTI

Questo laboratorio molto interattivo vi introduce al sistema di gestione della rete vendite basato sulla misura delle performance. Attraverso l'analisi dei dati si scopre perché i migliori venditori sono i migliori e, di conseguenza, come formare e guidare la rete vendite affinché ottenga maggiori risultati.

L'obiettivo del laboratorio è quello di fornirvi gli strumenti per analizzare gli obiettivi aziendali e mettere a punto un metodo di misura e valutazione dei risultati che sia al tempo stesso completo e gestibile.

### Cosa imparerete

- Due metodi innovativi di misurazione dei risultati: Matrice Dinamica Aziendale e Matrice Best Practice Vendita
- A isolare e monitorare i fattori critici del processo di vendita per la vostra azienda
- A individuare oggettivamente i motivi del successo dei venditori migliori

### Cosa farete

- Definirete i vostri fattori critici di successo e i vostri obiettivi
- Identificherete i cambiamenti necessari nei comportamenti della rete vendite per ottenere tali obiettivi
- Costruirete il vostro Sistema di Misurazione su misura per voi

### Durata

2 moduli di quattro ore ciascuno

## OBIETTIVI DI VENDITA: PREVEDERE I RISULTATI E FARLI RAGGIUNGERE

L'assegnazione e la discussione dei target alla forza vendita è spesso un fatto burocratico se non un'occasione di contrasto e demotivazione. Al contrario può essere il momento in cui si gettano le basi per la crescita e lo sviluppo del portafoglio clienti.

Il laboratorio ha come scopo quello di mettere a punto un sistema di valutazione di ciascun cliente (Valore Previsto Cliente) e da questo costruire i target di vendita e condurre degli incontri di assegnazione operativi e motivanti.

### Cosa imparerete

- L'innovativo sistema di valutazione della clientela VPC (Valore Previsto Cliente)
- Come calcolare l'effettivo potenziale di un territorio o di un portafoglio clienti
- A condurre una discussione sul target mirata al raggiungimento degli obiettivi

### Cosa farete

- Costruirete il VPC specifico per la vostra azienda
- Costruirete il metodo di definizione dei target specifico per la vostra azienda

### Durata

2 moduli di quattro ore ciascuno



# Laboratori del genio

## INCENTIVI E PREMI PER LA RETE VENDITE

Quanto denaro sprecano le aziende quando, per incentivare il raggiungimento degli obiettivi o premiare le prestazioni eccellenti, i criteri sono vaghi e i traguardi poco definiti? Ma si può fare anche di peggio: creare premi 'automatici' che vengono vinti senza che ci sia stata una prestazione eccellente oppure incentivi che disincentivano i migliori venditori. L'obiettivo del laboratorio è quello di creare modelli che garantiscano soddisfazione dei collaboratori e all'azienda risultati economici brillanti.

### Cosa imparerete

- I principali strumenti operativi per l'incentivazione dei venditori
- Come allocare le risorse di incentivazione: quanto investire e su cosa
- A definire gli obiettivi commerciali collegabili agli incentivi
- A progettare e gestire una campagna d'incentivazione

### Cosa farete

- Analizzerete alcuni esempi di campagne d'incentivazione di successo
- Definirete gli obiettivi del vostro piano di incentivazione
- Costruirete il vostro Piano di incentivazione (vengono forniti i regolamenti di alcune campagne in modo da poterle applicare immediatamente nella propria realtà)

### Durata

2 moduli di quattro ore ciascuno



# Sviluppo personale

CORSI PENSATI PER SVILUPPARE LE COMPETENZE PERSONALI  
INDISPENSABILI PER AVERE SUCCESSO,  
SUL LAVORO E NELLA VITA

## COLPO DI GENIO

### CREATIVITÀ E PROBLEM SOLVING

La crisi ci costringe a rivedere le nostre scelte. Ciò che fino a ieri funzionava, ora sembra non dare risultati soddisfacenti, bisogna trovare strade nuove e creative. Già ma come si fa ad essere creativi? Applicando le giuste tecniche! Questo corso è una vera e propria palestra di creatività dove vengono sperimentate direttamente in aula tecniche da poter poi applicare nella propria azienda e nella propria vita. Ed è facile e divertente come un giuoco.

#### A chi è rivolto

Tutti coloro che hanno necessità di trovare soluzioni nuove e creative, ovvero a tutti.

#### Cosa imparerete

- Come funziona il metodo creativo.
- Ad utilizzare i giusti stimoli per cercare soluzioni nuove.

- Ad analizzare le soluzioni trovate individuando i rischi e le opportunità nascoste
- Ad applicare il metodo creativo ogni volta sia richiesta una soluzione creativa.
- Come mettere in pratica nuove idee.
- Ad utilizzare il kit per affrontare creativamente le prossime opportunità.

#### Cosa farete

- Analizzerete le vostre attuali capacità creative
- Utilizzerete gli strumenti che vi permetteranno di ampliare le vostre capacità creative
- Applicherete il metodo creativo ad un caso specifico di vostro interesse.
- Utilizzerete il kit del corso per trovare soluzioni creative

#### Durata

2 moduli di quattro ore ciascuno o

personale



STEFANO SCOLARI  
STUDIO

## Consulenza & Formazione

Offriamo servizi di consulenza direzionale specializzata nel settore della ricerca e formazione del personale. In particolare il nostro scopo è quello di favorire lo sviluppo delle imprese attraverso lo sviluppo delle loro risorse umane

Abbiamo un'esperienza di più di 30 anni nel settore e abbiamo selezionato e formato oltre 1.000 agenti di commercio, venditori, impiegati, quadri e dirigenti per i nostri clienti.

I nostri interventi sono:

- consulenza su organizzazione commerciale, reti vendita, contratti, mandati d'agenzia, retribuzioni e incentivi;
- supporto alla ricerca e selezione di agenti di commercio e del personale commerciale;
- formazione del personale e manageriale,
- consulenza per la formazione finanziata (fondi interprofessionali, fondo sociale europeo, bandi regionali).

La missione è quella di aiutare le imprese clienti ad aumentare la propria redditività attraverso lo sviluppo delle loro risorse umane. In specifico assistiamo i nostri clienti nella realizzazione e gestione di reti commerciali produttive e redditizie attraverso la ricerca e selezione dei migliori talenti e la loro formazione.

Il nostro impegno verso il cliente:

- fornire soluzioni pratiche, che si possano effettivamente mettere in campo e mirate sulle loro specifiche esigenze
- fornire solamente soluzioni che abbiano dato prova di essere efficaci

Stefano Scolari  
Via Aspromonte 2b  
37126 VERONA

Telefono +39 348 0175231  
Skype sc.scolari

[www.studioscolari.it](http://www.studioscolari.it)  
e-mail [stefano.scolari@scolaristudio.it](mailto:stefano.scolari@scolaristudio.it)



STEFANO SCOLARI  

---

STUDIO

Consulenza 2020