



# Da Contatto a Contratto: Ottimizzare Processi di Vendita e Reclutamento per la Crescita Aziendale

Nel contesto aziendale odierno, **un sistema di vendita moderno è essenziale per rimanere competitivi e garantire una crescita sostenibile.**



Ma cosa significa veramente "sistema di vendita moderno"?



**RecruitFlow**  
Venditori top, senza lo stress.

Un sistema di vendita moderno integra:

**A cura di:** SalesFlow - RecruitFlow

- **Tecnologia avanzata:** Utilizzo di strumenti digitali e software di vendita all'avanguardia (CRM).
- **Dati in tempo reale:** Accesso immediato a informazioni cruciali per decisioni rapide e informate.
- **Automazione:** Processi automatizzati che riducono le attività manuali e aumentano l'efficienza.
- **Collaborazione:** Venditori che lavorano insieme e condividono conoscenze attraverso piattaforme integrate.
- **Analisi dei dati:** Utilizzo di strumenti di analisi per monitorare e migliorare le performance di vendita.



# **Vecchio sistema di vendita vs. Sistema di vendita moderno**





Vediamo insieme le **differenze** tra un **sistema di vendita tradizionale** e uno **moderno**.



# Vecchio sistema di vendita



Il vecchio sistema di vendita era caratterizzato da:

- **Isolamento dei venditori:** Ogni venditore lavorava in modo indipendente, senza una visione d'insieme.
- **Tecnologie obsolete:** Uso di documenti cartacei e fogli di calcolo.
- **Mancanza di dati in tempo reale:** Decisioni basate su intuizioni piuttosto che su dati concreti.
- **Processi non automatizzati:** Gran parte del lavoro era manuale e dispendioso in termini di tempo.



# Sistema di vendita moderno

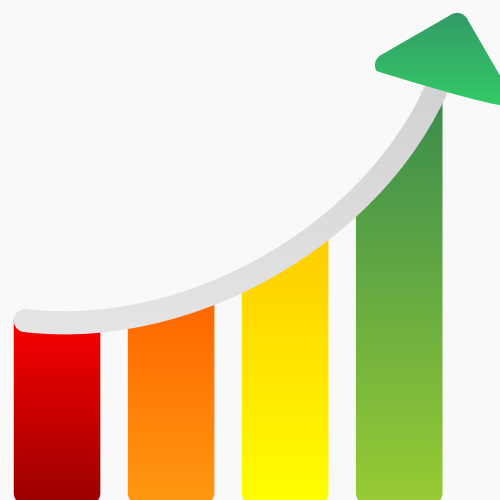


Il sistema di vendita moderno è invece caratterizzato da:

- **Collaborazione e integrazione:** Venditori che lavorano in team e condividono informazioni in tempo reale.
- **Tecnologie avanzate:** Utilizzo di CRM, analisi dei dati, software di automazione, software di fatturazione elettronica ecc...
- **Decisioni basate sui dati:** Accesso a dati in tempo reale per prendere decisioni informate.
- **Processi automatizzati:** Automazione delle attività ripetitive per aumentare l'efficienza.



Un sistema di vendita moderno **non solo migliora l'efficienza operativa** ma ha anche un **impatto significativo sulle performance aziendali:**



- **Aumento del fatturato:** Migliore gestione delle vendite e conversione dei lead.
- **Maggiore soddisfazione del cliente:** Processi più veloci e precisi portano a una migliore esperienza del cliente.
- **Riduzione dei costi operativi:** L'automazione e l'uso efficiente delle risorse riducono i costi complessivi.
- **Adattabilità e scalabilità:** Capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato e di scalare le operazioni man mano che l'azienda cresce.



**Ora, quali sono le fasi di un  
processo di vendita vincente?**

Un processo di vendita efficace è composto da **diverse fasi chiave** che, se gestite correttamente, possono portare a una **chiusura** di successo e a una **relazione duratura** con il cliente.





# Ora vediamo insieme le fasi principali

# Acquisizione Lead





La prima fase consiste  
nell'acquisizione dei lead.

## Questo può avvenire tramite diverse fonti:

- Campagne di marketing digitale
- Eventi e fiere di settore
- Raccomandazioni e referral
- Social media e networking



# Qualifica Lead



Una volta acquisiti i lead, è cruciale  
qualificarli per determinare  
**3 aspetti importanti:**

**1.** Possiamo aiutarli?

**2.** Hanno urgenza? Il lead è pronto a comprare ora o è in una fase esplorativa?

**3.** Hanno la disponibilità economica?



# Nutrimento / Creazione della Fiducia







# Cosa fare prima di un incontro con il potenziale cliente

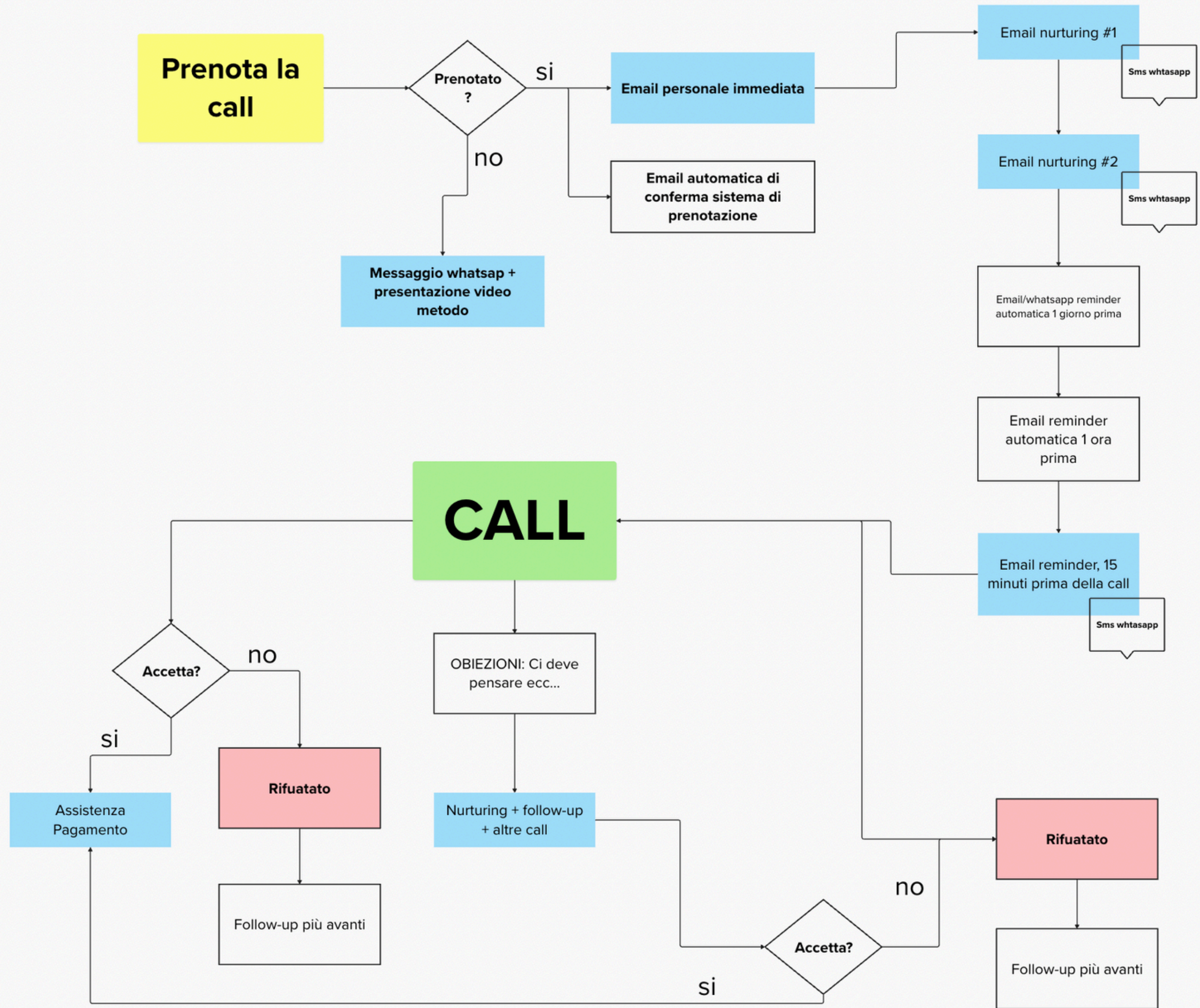
Quando una persona prenota un appuntamento, in una data e ora, ci sono delle azioni che devi fare subito, in attesa dell'incontro.

## Queste azioni servono per:

- Mantenere caldo il contatto (contenuti educativi)
- Ricordargli l'incontro

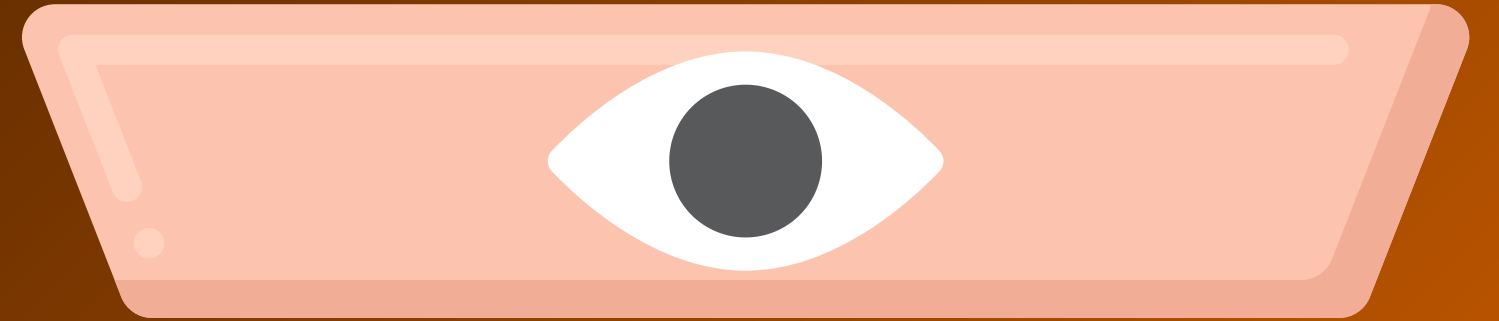
# Esempio di flusso di creazione fiducia







# Presentazione del prodotto o servizio





Quanti di voi seguono un  
modello di vendita?

Oggi è cruciale avere un **approccio strutturato** per garantire che tutte le informazioni chiave siano comunicate in modo efficace.



“ —

*I clienti che non trovano qualcuno che li convinca ma incontrano solo spiegatori di prodotti/servizi, impiegano TANTISSIMO tempo per prendere decisioni di acquisto importanti.*



Quindi diventa fondamentale **avere un modello di vendita** che vi guida passo a passo nella trattativa.

## Vediamo insieme alcuni punti fondamentali di un modello di vendita da seguire

- Apertura / Empatia
- Cornice d'accordo
- Decision maker
- Analisi situazione attuale
- Analisi situazione desiderata
- Motivazione / Emozioni
- La ricerca dei magnifici 3-5
- Livello di serietà (il costo di non agire)
- Urgenza
- Chiedere il permesso di aiutare
- Presentazione Prodotto/servizio - Pitch
- Proposta commerciale
- Risposta ad eventuali obiezioni
- Garanzia
- Accordo



# Follow-up dopo incontro/call





Il follow-up post-incontro **è cruciale per portare il cliente ad acquistare da noi.**



Se il cliente non chiude o ci sono altri decision maker coinvolti e ha bisogno di parlare con loro, è fondamentale seguire determinati passaggi.



# Vediamoli insieme

- **Inviare email di riepilogo** che riassume la vostra conversazione, (offerta, flusso di lavoro, casi studio, scadenza)
- Se il cliente non ha ancora accettato, **ogni 2-3 giorni invia delle email di check /follow up per aiutare il potenziale cliente a procedere nel processo decisionale.**
  - Inviare video/materiale di follow-up. Usa anche whatsapp se necessario e altri mezzi di comunicazione.



Vuoi assicurarti che il potenziale cliente abbia abbastanza informazioni per prendere una decisione sicura. Vuoi anche far sentire al potenziale cliente che non hai niente da nascondere.

**È estremamente importante che tu prenoti SEMPRE una chiamata di follow up DURANTE L'INCONTRO/CALL.**

**Il prospect ha ricevuto  
5 follow up senza risposta?**




Allora è probabile che  
sia diventato freddo







Ogni follow-up che fai devono esserci dei contenuti educativi, testimonianze, casi studio, risorse.

# Dedica tempo a questa fase, programma le attività all'interno del crm.

**Nell'occhio del mirino**   Expand all items

  **Feedback offerta** ...

Oggi · Paolo  Paolo

Se il cliente non risponde dopo 5 follow-up, puoi chiedere un feedback in modo trasparente - per esempio:



Ciao {nome}

Sono Paolo Patelli, fondatore di RecruitFlow.

Ti scrivo per un motivo molto semplice: Recentemente, ho notato che il nostro percorso insieme non ha preso la direzione sperata e mi sto scervellando per capire dove abbiamo sbagliato.

Se potessi fornirmi qualche feedback su come possiamo migliorare la nostra offerta, il nostro processo di vendita... Sarebbe estremamente utile. In ogni caso, apprezzo l'opportunità di averti presentato la nostra offerta.

Non vedo l'ora di sentire una tua risposta.



# Aggiungi il cliente ad una campagna di nurturing

- Senga il cliente perso sul CRM e scrivi il motivo
- Aiutati con delle task che imposti per il contatto nel futuro, assegnate al tuo utente o ai venditori.
- Lavora per produrre contenuti settimanali per aiutare e facilitare la campagna di nurturing.

# Come scalare l'azienda con un team di vendita di successo



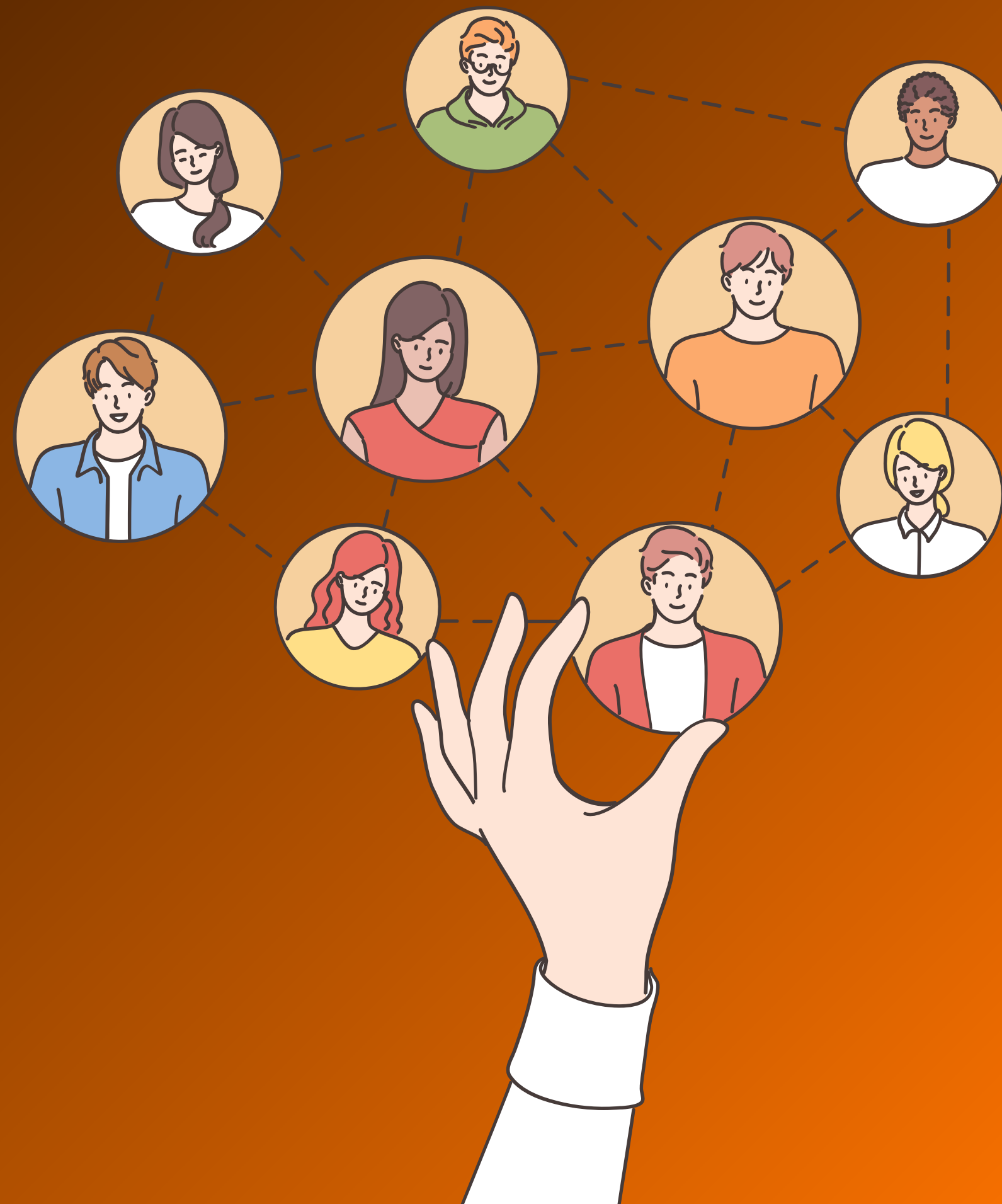


Perché avere un team di vendita  
è essenziale per la crescita

- **Capacità di espansione:** Un singolo venditore può essere limitato nel numero di clienti che può gestire. Un team permette di raggiungere più clienti simultaneamente.
- **Diversificazione delle competenze:** Ogni membro del team può avere competenze specifiche che contribuiscono al successo complessivo.
- **Crescita sostenibile:** Un team di vendita ben strutturato permette di scalare le operazioni senza sacrificare la qualità del servizio.
- **Aumento della resilienza:** Un team offre una maggiore stabilità aziendale, riducendo il rischio legato alla dipendenza da un singolo individuo.



# 5 regole d'oro per assumere i venditori giusti







# La domanda da porsi prima di ricercare venditori



La mia azienda è pronta  
per nuovi venditori?

## **Processi, Protocolli e Script**

- Hai processi di vendita standardizzati che i nuovi venditori possono seguire facilmente?
- Esistono script di vendita testati e validati che i venditori possono utilizzare?

## **Offerte Validate**

- Hai offerte di prodotto o servizio che sono già state validate sul mercato?
- C'è una chiara comprensione di quali offerte sono più appetibili per i tuoi clienti ideali?

- Retribuzione e incentivi
- Identificazione del talento
- Valutazione delle competenze
- Onboarding efficace

# Strategie per Identificare e Attrarre Venditori Top



1

Devi diventare  
attraattivo/a per i venditori

## Essere attrattivo/a significa:

1. Offrire un ambiente di lavoro stimolante e inclusivo
2. Avere una chiara visione aziendale e obiettivi motivanti
3. Offrire opportunità di crescita e sviluppo professionale
4. Proporre un pacchetto retributivo competitivo







*I migliori venditori stanno già lavorando.*

2

Devi avere un sistema  
di recruiting sempre attivo



## **Sistema di recruiting sempre attivo:**

1. Pubblicità continua
2. Networking costante con professionisti del settore
3. Utilizzo di strumenti di recruiting digitali avanzati
4. Collaborazione con agenzie di recruiting venditori specializzate



# Nello specifico cosa devi fare

## **1. Identificare l'avatar del venditore ideale della tua azienda**

## **2. Creazione dell'offerta attrattiva**

- a. Sviluppo di un pacchetto retributivo competitivo
- b. Definizione chiara dei benefit aziendali
- c. Creazione di una proposta di valore per il venditore

## **3. Marketing e Employer Branding**

- a. Utilizzo di campagne mirate per attrarre i migliori venditori
- b. Sviluppo di una forte presenza sui social media
- c. Creazione di contenuti che mostrino la cultura aziendale

## 4. Processo di selezione strutturato

- a. Screening iniziale dei candidati
- b. Colloqui strutturati condotti da venditori esperti
- c. Utilizzo di test di competenze e soft skills

## 5. Onboarding e formazione

- a. Programma di onboarding strutturato
- b. Formazione continua e supporto per i nuovi assunti
- c. Monitoraggio delle performance e feedback continuo



**RecruitFlow**  
Venditori top, senza lo stress.

# Grazie