Prefazione

di *Marco Ortolina**

Avete tra le mani un ottimo libro di management: facile da leggere, pieno di esempi, ricco di spunti di riflessione. Un libro pensato per i manager (sales manager in questo caso), innanzitutto come un aiuto per prendere le decisioni corrette. Nel breve come nel lungo termine.

Utilizzando un modello di riferimento semplice e molti esempi concreti, gli Autori ci aiutano a rispondere alle domande chiave in tema di gestione della funzione vendite:

- Come posizionare correttamente le vendite all'interno dell'azienda, in una visione olistica e non mono-funzionale?
- Come assicurarsi che le relazioni tra vendite e resto dell'azienda siano di partnership e non conflittuali ?
- Come trasformare il ruolo del venditore da *pusher/hard skills* a *puller/soft skills*?
- Quali sono i meccanismi operativi e i sistemi di incentivazione migliori?
- Come reclutare i migliori venditori?

Se ripenso alla mia esperienza professionale, mi accorgo che le crescite esponenziali e i risanamenti del business si sono sempre accompagnati a una gestione attenta e innovativa della funzione vendite. In particolare, nel senso di garantire la centralità delle vendite (al pari del marketing e del finance, per esempio) e di progettare la funzione a partire dal cliente. Questo secondo aspetto è forse il più importante: solo con un percorso a ritroso, che parta dai bisogni del cliente, è possibile creare un vantaggio competitivo fondato sulla gestione della funzione vendite.

Questo libro vi aiuterà molto a prendere le decisioni giuste in questo senso.

Buona lettura!

---

* General Manager Accessories EMEA, GE Healthcare.