

Aziende, una buona "analisi" serve ad incrementare le vendite

Incrementare le vendite è uno dei principali obiettivi di tutte le imprese. Per migliorare le performances commerciali esiste una soluzione tanto semplice quanto efficace, che va a ricercare all'interno dell'azienda la spinta necessaria al miglioramento: prevenire e risolvere i propri problemi.

Problem Solving (letteralmente "risolvere problemi") è il termine inglese con cui si indica l'insieme dei processi per individuare, analizzare e risolvere tutti quegli aspetti, all'interno di un'azienda, che risultano problematici o potrebbero diventarlo.

Esattamente come per il corpo umano, il benessere di un'attività passa attraverso il corretto funzionamento di tutte le sue parti: un continuo check-up e un efficace programma di prevenzione sono i sistemi migliori per mantenere la salute e l'equilibrio dell'intera struttura.

E' importante per l'azienda capire quali sono i propri punti di forza e quali invece possono essere migliorati, ponendosi quesiti del tipo "Il mio marchio è identificabile in modo inequivocabile?" oppure "Ho un programma di formazione del personale efficace?" o ancora "Quanti fondi è opportuno stanziare per le campagne pubblicitarie?"

La difficoltà sta nell'individuare le domande corrette da porsi, ed ancora più difficile è individuare risposte adeguate e oggettive.

Per aiutare le aziende ad ottenere un **check-up** preciso, profondo ed efficace analizzando le aree corrette, esiste un prodotto specifico: **ANALYSIS SYSTEM**, l'innovativo sistema di analisi che permette di passare allo scanner tutte le aree commerciali, marketing e comunicazione, della propria azienda rilevandone l'efficacia e l'equilibrio attraverso le informazioni a propria disposizione: il software per mezzo di un questionario strutturato è in grado di trasformare i dati qualitativi/quantitativi in valori e grafici, attraverso i quali un'equipe di esperti fornisce le indicazioni utili in merito alle aree migliorabili rilevate. Applicata alla piccola e media impresa, questa metodologia consente di individuare i punti di forza e le carenze di ciascuna delle aree strategiche, dalla gestione del portafoglio clienti alla formazione dello staff, in modo da evidenziare le migliori strategie e gli interventi necessari per prevenire i problemi e risolvere quelli già esistenti ottimizzando il ritorno degli sforzi commerciali, di marketing e di comunicazione.

Tutti i dati ottenuti alla fine del processo vanno a incrociarsi nella formazione di un quadro complessivo, che essendo fondato su dati certi offre una panoramica a 360° dell'attività che si conduce.

Oltre che alle imprese questo prodotto si rivela utile al mondo delle associazioni e delle fondazioni "no profit", a cui vengono forniti tutti gli strumenti necessari per ottimizzare le proprie risorse ed ottenere importanti risultati.

Solo lavorando su dati certi è possibile costruire azioni coordinate "su misura" è possibile prevenire e riconoscere gli effettivi problemi della propria azienda ed individuarne con precisione cause e soluzioni.

