

LA SFIDA: CRESCERE IN MANIERA COSTANTE E SOSTENIBILE

Sales Management e sviluppo commerciale per PMI, Start Up e Studi Professionali

La funzione commerciale, ieri come oggi, è stata troppo spesso trascurata. Continuare a crescere sul mercato significa anche e soprattutto modificare da subito questa pericolosa abitudine.

Negli ultimi vent'anni, le aziende di tutte le dimensioni e settori stanno investendo in tecnologia, marketing, processi, controllo di gestione e digitalizzazione.

Hanno aggiornato software, macchinari, sistemi organizzativi e strumenti di comunicazione.

Eppure, in moltissime PMI, Start Up e Studi Professionali, una funzione fondamentale è rimasta sostanzialmente ferma, imbalsamata alle consuetudini del secolo scorso: **la funzione commerciale**.

Ancora oggi la maggioranza delle organizzazioni che ho elencato cercano "qualcuno che venda", senza una reale strategia di selezione, onboarding, coaching e crescita professionale dei commerciali.

Eppure il venditore resta la figura che permette al lavoro di tutta l'azienda di concretizzarsi in fatturato: produzione, marketing, ricerca, amministrazione e innovazione restituiscono il loro valore solo e se trovano mercato e, ovviamente, il loro valore aumenta al crescere del fatturato e soprattutto dei margini.

In tal senso, la realtà è facilmente interpretabile: nella maggior parte delle PMI, Start Up e Studi professionali italiani il problema non è la qualità o la convenienza del loro prodotto/servizio ma la capacità di portarlo e valorizzarlo sul mercato con continuità, metodo e credibilità.

Sempre più l'Intelligenza Artificiale rappresenterà una straordinaria opportunità anche per le piccole organizzazioni. Addirittura, chi la saprà introdurre in maniera efficace in tutti i propri processi potrà trovarsi a competere ad armi pari con aziende molto più strutturate. Automazione, analisi dei dati, analisi previsionali, CRM evoluti, lead generation e gestione digitale delle relazioni commerciali stanno rivoluzionando il modo di lavorare ed è una rivoluzione che non può che progredire di giorno in giorno.

Tuttavia, per molto tempo ancora, nella maggior parte dei settori le persone continueranno a fidarsi e a comperare da altre persone e anche quando decideranno di acquistare dalla "macchina" avranno sempre bisogno dell'umano per richieste particolari e personalizzate, problemi nel servizio o nel prodotto, richieste varie.

La fiducia, la negoziazione, la capacità di comprendere esigenze reali e costruire relazioni professionali solide non potranno essere delegate completamente alla tecnologia ancora per molti anni.

Cosa significa oggi sviluppare una funzione commerciale efficace

- Selezionare commerciali compatibili con il mercato e con la cultura aziendale. Non si tratta di inserire persone che provengano per forza dallo stesso settore ma professionisti con spiccate attitudini che abbiano la possibilità di comprendere in fretta l'azienda, la sua cultura e le sue logiche commerciali.
- Creare percorsi di onboarding e formazione strutturati.
- Affiancare i venditori con coaching operativo e supporto manageriale.
- Definire KPI e processi commerciali realmente misurabili.
- Integrare strumenti digitali e AI nella gestione delle vendite.

- Fidelizzare le risorse commerciali migliori e predisporre per loro dei piani di carriera.
- Costruire reti vendita sostenibili.

Il mio approccio

Come Business Developer specializzato in Sales Management, supporto PMI, Start Up e Studi Professionali nello sviluppo organizzativo, tecnologico e umano della funzione commerciale.

Il mio obiettivo non è semplicemente “trovare venditori”, ma aiutare le organizzazioni a costruire un sistema commerciale stabile, performante, moderno e sostenibile. Mi occupo quindi della loro selezione, del coordinamento della loro formazione tecnico-commerciale e del loro percorso personalizzato di crescita attraverso il sales coaching.

Tutto questo significa lavorare contemporaneamente su persone, processi, metodo e tecnologia.

La più importante sfida di mercato per PMI, Start Up e Studi professionali oggi è probabilmente la possibilità di avere a disposizione una rete di commerciali preparati, fidelizzati, coordinati, motivati e supportati da strumenti adeguati.

Conclusione

Le aziende che nei prossimi anni cresceranno in maniera importante non saranno necessariamente quelle con più tecnologia, ma quelle capaci di integrare la tecnologia con lo sviluppo delle qualità umane.

Perché l'AI può accelerare i processi ma sono ancora le persone a creare fiducia, relazioni e risultati commerciali duraturi.

Oggi più che mai, investire nello sviluppo della funzione commerciale non è un costo accessorio. È una scelta strategica improcrastinabile.