



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

Lo **Studio Stefano Serafini**, svolge la sua attività sulle aree delle vendite, della negoziazione, del marketing, dell'organizzazione, gestione e sviluppo di ruoli e funzioni

Effettua consulenza, formazione (autonoma o come parte di consulenza), selezione ed addestramento del personale. La particolarità della metodologia di intervento permette di strutturare gli interventi stessi esclusivamente in ambiente aziendale, mediante interventi personalizzati sulla realtà e sulle esigenze del cliente.

La esperienza acquisita nelle tematiche esposte permette di ottenere skills che risolvono le problematiche più complesse della realtà Aziendale odierna, che costantemente deve confrontarsi con i mercati di riferimento.

La metodologia applicata si *differenzia, da quanto offerto solitamente, principalmente per il coinvolgimento del cliente stesso nella gestione del progetto e nel suo affiancamento nel processo d'apprendimento delle soluzioni attivate.*

Questo ci consente di *'lasciare il segno in Azienda'*, vantaggio che ad oggi ci ha permesso di ottenere riconoscimenti diffusi.

Questa presentazione è così strutturata:

- A) Le nostre competenze nell'Area **Vendite**
- B) Le nostre competenze nell'Area **Marketing**
- C) Le nostre competenze nell'Area **Comunicazione d'Impresa**
- D) Le nostre competenze nelle Aree **Organizzazione e Gestione Aziendale**
- E) **Metodologia d'intervento**
- F) **Case History**



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

A) VENDITE

Le nostre competenze nell'area delle Vendite riguardano:

Agenti (Mono/Plurimandatari) e Funzionari diretti

- La gestione del tempo
- La gestione del territorio
- La gestione di un budget quali/quantitativo
- La manutenzione della clientela esistente
- La valutazione delle potenzialità del cliente secondo criteri oggettivi
- L'acquisizione programmata di Nuovi Clienti
- La copertura del territorio (Strumenti per valutare lo scollamento tra clientela potenziale, clientela visitata e clientela servita)
- La globalizzazione del cliente (estendere il numero di referenze trattate e quindi la penetrazione della Azienda)
- La pianificazione degli obiettivi in ambiente competitivo
- Le vendite complesse ed i Centri d'Acquisto della clientela strutturata
- Abilità di vendita, distinte in:
 - ❖ Preliminari
 - ❖ Indagine
 - ❖ Presentazione della soluzione
 - ❖ Ottenimento dell'impegno
 - ❖ Gestione delle obiezioni
 - ❖ Conclusione positiva

Capi Area (Italia – Estero)

- Ruolo da supervenditore a gestore di uomini e situazioni
- Costruzione di una griglia di valutazione misurata delle competenze/abilità dei propri amministrati
- La guida per obiettivi (D>O)
- La guida per processi (D<O)
- Selezione, reclutamento, inserimento ,addestramento dei venditori
- La guida del personale (leadership)
- La motivazione del personale
- L'addestramento sul campo
- La formulazione di un Budget
- La formazione di un Target
- Il controllo del Budget per area e per zona
- La revisione del Budget e la redistribuzione dei Target
- La valutazione della redditività della vendita da parte dei venditori (aumentare il secondo margine di contribuzione attraverso il controllo misurato delle abilità di vendita dei propri venditori)



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

Direttori Vendite (Italia - Estero)

- Analisi qualitativa della prestazione di Capi Area e Agenti, con predisposizione di fogli elettronici di controllo
- Formulazione dei Budget e analisi del mercato da indici oggettivi
- Formulazione dei Target
- Formulazione di strategie di Pricing (prezzi) e delle condizioni commerciali
- La vendita per linea di prodotto
- Valutazione delle potenzialità di una zona/paese
- Criteri di definizione delle zone di lavoro
- Selezione, reclutamento ed inserimento dei quadri intermedi di vendita
- Analisi, valutazione, miglioramento del processo di gestione degli ordini
- Elementi di valutazione economica e finanziaria del cliente
- La raccolta e la selezione delle informazioni provenienti dalla Rete di Vendita in chiave di Marketing ed addestramento della Rete di Vendita stessa.
- La guida e la motivazione del personale di sede e di campo.

Come primo passo per rendere oltre che efficiente anche *efficace* la azione commerciale della rete vendita occorre procedere ad una *analisi delle attuali metodologie operative applicate, sia in termini organizzative sia in termini di tecniche di vendita complessa apprese o conosciute.*

Tale approccio permetterà di comprendere in fase di affiancamento "on field" da parte nostra in breve tempo e correttamente i seguenti parametri ed aspetti:

- **Copertura del territorio..-** *principalmente intesa come capacità di gestire lo stesso e di conoscerne le opportunità commerciali.*
- **Gestione della clientela-***Intesa come la copertura il monitoraggio e la valutazione della clientela potenziale, acquisita e non.*
- **Gestione del tempo-** *Time management™ applicato alle proprie attività quotidiane, straordinarie od ordinarie, con analisi dei time killers presenti e organizzazione delle attività per importanza-urgenza e non solo per urgenza.*
- **Acquisizione pianificata nuova clientela-** *Per non far sì che accada come spesso, accade, che tale fondamentale azione della forza vendita sia lasciata a momenti residuali di tempo della propria attività.*

Lo Studio Serafini ha attivato per il corretto controllo dei 4 skills fondamentali descritti il sistema **SELLPROFIL™ composto da oltre 20 indici di controllo** che si inserisce nel metodo di vendita complessa denominato **CPSSS™ innovativo metodo manageriale di controllo e formazione delle reti commerciali**



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

Le nostre esperienze coprono, inoltre, le seguenti aree:

- **Negoziazione** (trattativa di lungo periodo)
- **Le vendite complesse** (ove sono presenti più centri decisionali e quindi occorre definire correttamente la mappa del potere del cliente, con le relative interconnessioni)
- **La vendita del servizio**
- **La vendita di beni industriali ad alto valore aggiunto**
- **Addetti alla assistenza tecnica** (i “venditori di valore”)
- **La gestione delle riunioni operative e decisionali**
- **La vendita per telefono**
- **Il Customers’ Service Index** (elaborare, monitorare la Soddisfazione della clientela con sistematicità e definendo indici operativi di supporto decisionale)

B) Marketing

Le nostre competenze possono in tale area funzionale, ritenersi complete ed in grado di procedere alla analisi, verifica ed implementazione sia del Marketing Strategico sia del Marketing Operativo

Certamente la considerazione e la vastità degli interventi stessi sono in funzione della ampiezza e della importanza della funzione Marketing all’interno della Azienda committente.

I mercati odierni rendono sempre più necessaria tale funzione di Marketing all’interno delle Aziende *proiettate al cliente*, pur non rivestendo ancora carattere di indispensabilità.

Qualora presente, l’area Marketing può essere pionieristica o avanzata, perciò i nostri interventi possono essere indirizzati alla pianificazione ed alla programmazione strategica, alla formulazione di un piano di Marketing, alla analisi dei Fattori Critici di Successo.

In tale ottica possiamo considerare pertinenti alcuni punti da noi sviluppati:

- **La verifica e la progettazione delle strategie aziendali**
 - ◆ L’analisi dei progetti di fattibilità di ristrutturazioni di ambienti commerciali di Sede e/o di campo, loro implementazioni, rettifiche, alternative.
 - ◆ La verifica della competitività, l’inventario delle risorse disponibili e la valutazione della coerenza tra le risorse messe in campo e gli obiettivi perseguiti:
 - Marketing mix dell’azienda
 - Marketing mix dei competitors
 - Analisi delle competenze
 - Determinazione dei Trade- Offs
 - ◆ Il sistema di controllo per l’alta direzione ed il Business Plan
 - Definizione del data base e sua progettazione in Visual basic
 - Piano dei reports e log book

Via delle Torri, 19. 47100 – Forlì- FC
tel +39.0543.35664 fax +39.0543.376858

www.serafinistudio.it e-mail info@serafinistudio.it



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

- Costruzione del piano delle attività
- Analisi di gestione del tempo.

Il metodo **ANACOMWIM™** consente nel dettaglio di monitorare la situazione competitiva della Azienda, supportando nei processi decisionali la Direzione.

Il metodo si integra al **T.C.V™** (time competitive Value) che permette un monitoraggio dei tempi competitivi di risposta della azienda integrandoli con metodi di benchmarking aziendali del settore di riferimento.

C) Comunicazione d'Impresa e Promozione d'Immagine

Come definizione sintetica, possiamo definire la *comunicazione d'impresa* come l'insieme dei processi di comunicazione che un'impresa istituisce con l'obiettivo di influire, per modificarli, sugli atteggiamenti del pubblico o *dei pubblici*, di riferimento della impresa stessa.

Tale processo deve essere *necessariamente bidirezionale*, e l'impresa deve essere pronta a recepire le informazioni che il pubblico di riferimento le trasmette.

L'esperienza maturata nella gestione dei processi comunicazionali e di promozione a *livello strategico-operativo*, ci permettono di operare nelle seguenti aree, sempre in coordinamento con la strategia di direzione

◆ **La comunicazione d'Impresa**

- La comunicazione d'impresa
- Determinazione dei pubblici di riferimento della comunicazione
- Implementazione e controllo degli strumenti della comunicazione
- Comunicazione interna e motivazionale (azione motivante. (Sistema premiante)
- Comunicazione esterna

◆ **La Comunicazione istituzionale (Azione sugli atteggiamenti dei pubblici)**

- Definizione ed obiettivi
- Strumenti
- Opinione dei pubblici targets
- Positioning dell'impresa
- Ridefinizione del positioning

◆ **La Comunicazione di Marketing**

- La marca
- Il sistema di comunicazione di Marketing
- Direct marketing
- Promozioni sulle vendite
- P.R.

◆ **La gestione delle crisi di immagine**

- La gestione delle crisi d'immagine



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

- Previsione delle crisi ed implementazione di task forces operative

D) Organizzazione e Gestione Aziendale

Le nostre principali competenze nelle Aree della Organizzazione Aziendale, del suo funzionamento , della Gestione , Valutazione , Sviluppo delle Risorse umane riguardano:

- **La revisione ed implementazione dei processi organizzativi e gestionali.**

- ✓ Funzionali ed interfunzionali, per lo snellimento di procedure e strutture: dalla gestione per funzioni (visione burocratica della "competenza") a quella per risultati, in tutte le unità aziendali (visione di processo, orientata al Cliente Interno)
- ✓ La gestione dei rapporti interno-interno e interno-esterno in un'ottica di orientamento al Cliente e al Servizio
- ✓ La definizione e gestione degli standard di funzionamento delle unità organizzative, la messa a punto degli strumenti di valutazione, sia dei risultati, sia dei processi, secondo parametri individuati per funzioni/gruppi/singoli, di:

- ◇ Precisione
- ◇ Affidabilità
- ◇ Tempestività
- ◇ Efficienza
- ◇ Efficacia

- ✓ La definizione dei ruoli e delle loro aree di competenza
- ✓ La valutazione e definizione degli stili di gestione delle unità organizzative per quanto riguarda:

- ◇ Le caratteristiche
- ◇ L'efficacia
- ◇ La coerenza con le strategie e gli obiettivi aziendali

- ✓ Il lavoro per gruppi interfunzionali
- ✓ La revisione delle procedure, delle modalità e delle caratteristiche di comunicazione interna

- **La gestione del personale**

- Definizione di competenze, capacità, abilità e conoscenze (per la selezione, assegnazione di incarichi, le promozioni)
- Definizione di strumenti di analisi del potenziale (per selezione, assegnazione, di incarichi) in relazione alle strategie aziendali
- Strutturazione di sistemi di valutazione e misurazione delle performance individuali e di gruppo
- La responsabilizzazione e delega; gestione del processo e individuazione dei bisogni di formazione, attraverso la misurazione di punti di forza e di debolezza



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

IN questa area di intervento occorre segnalare e ricordare il **Sistema Integrato Intefunzionale** che mediante un **check-up dettagliato e strutturato in 15 punti**, consente di analizzare l'organizzazione aziendale, pianificare un programma di miglioramento e rendere operativo e pratica il miglioramento aziendale.

Compreso in tale intervento occorre ricordare la definizione eventuale di un accurato **Sistema Premiante Interno** che permette di monitorare le competenze e le motivazioni dei collaboratori, attivando opportune azioni di formazione e incentivazione.

E) Metodologia di intervento

1) i nostri **seminari di formazione** presentano le seguenti caratteristiche:

- Si svolgono esclusivamente in ambiente aziendale
- Prevedono sempre:
 - a) una fase di preparazione svolta presso il cliente, durante la quale sono acquisiti gli elementi dettagliati del tema da trattare in aula, oltre a notizie storiche e sulle aree di forza e di debolezza di ogni partecipante.
 - b) Una fase di preparazione svolta presso i nostri uffici, per l'allestimento materiale degli argomenti e dei temi da trattare in aula, oltre che per l'adeguamento dei temi stessi alla realtà di prodotto/mercato dell'Azienda.
- Una forte interazione con i partecipanti, che sono i nostri attori ed autori del proprio apprendimento/miglioramento, in ciò aiutati dal relatore.
- Un giudizio, da parte dei partecipanti, sul conto del relatore e del seminario, attraverso la redazione da parte loro, al termine del seminario, di un questionario di valutazione (sull'interesse degli argomenti, sulla rispondenza alle attese, sul relatore)
- Un report o un incontro con la Direzione nel quale si descrive lo stato dell'arte trovato in aula, con eventuale proposta di interventi destinati a sanare le difficoltà accertate.

2) La nostra **consulenza** presenta le seguenti caratteristiche:

- Analisi del problema
- Autoanalisi della nostra competenza ed idoneità a risolverlo. Qualora:
 - a) ci riteniamo idonei, *accettiamo l'incarico*;
 - b) non ci riteniamo idonei, lo dichiariamo e segnaliamo al cliente la Società di Consulenza che è idonea a gestire il tema e della cui qualità della prestazione ci rendiamo garanti.
- Avviamento del progetto e gestione del progetto, sempre attraverso un lavoro in Team con il Cliente, realizzando o guidando la realizzazione degli strumenti operativi (innanzi tutto, di pianificazione, gestione e valutazione dei risultati delle attività)
- Dove necessario, realizzazione diretta delle rilevazioni sul campo, circa lo stato effettivo della situazione, dei comportamenti, dei risultati nella gestione dei processi.
- Realizzazione dei momenti formativi necessari per attivare il cambiamento previsto nel personale interessato, con definizione delle modalità di verifica dei risultati nel tempo
- Report periodici sullo stato dell'arte



Studio Serafini.

Consulenza di Direzione

Tipologia di intervento e nostre capacità

Tipologie di intervento			
A. Interventi relativi ai processi di direzione	B. Interventi relativi ai processi di Management	C. Interventi relativi ai processi operativi	D. Interventi relativi ai processi di supporto
↓	↓	↓	↓
Capacità			
A1. Affiancamento nel processo di formulazione e di formalizzazione del Piano Strategico	B1. Progettazione e ridefinizione dei processi e dei sistemi di pianificazione e controllo (Planning; Budgeting; Reporting)	C1. Progettazione e ridefinizione della supply-chain <i>logistica</i>	D1. Miglioramento della attività di gestione delle risorse umane, delle attività di comunicazione e della analisi e definizione delle competenze
A2. Affiancamento alla proprietà/direzione Aziendale per il superamento di difficoltà contingenti (successione; crisi aziendale)	B2. Miglioramento delle logiche e degli strumenti operativi di pianificazione e controllo	C2. Miglioramento della penetrazione commerciale (riorganizzazione della rete vendita e della funzione commerciale)	D2. Progettazione e rappresentazione delle mansioni, dei compiti, delle posizioni di lavoro e delle unità organizzative.
A3. Progettazione degli organi e degli strumenti di governo e di direzione aziendale (comitati di direzione, consigli di amministrazione)	B3. Supporto nella progettazione del modello organizzativo aziendale e Business	C3. Miglioramento dei tempi, dei costi e delle qualità del processo. Progettazione e sviluppo di nuovi prodotti.	D3. Miglioramento delle performance del portafoglio clienti
A4. Supporto nella individuazione delle strategie e configurazione organizzativa coerente	B4. formulazione e supporto nello sviluppo del Business- Plan in accordo con le linee guida recepite dal Piano Strategico	C4. Ottimizzazione del piano approvvigionamenti per una riduzione dei costi dei materiali e dei semilavorati	D4. Strutturazione di operazioni di export-finance
A5. Sviluppo di analisi competitive di business	B5. Affiancamento e supporto tecnico volto a determinare il valore economico d'impresa ai fini interni o per operazioni di finanza straordinaria	C5. Miglioramento della potenzialità del sistema produttivo alla luce dei vincoli di scorte e di investimenti in macchinari	D5. Azioni per riportare in equilibrio le componenti patrimoniali con interventi anche nei rapporti bancari



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

F) Case history

Esempi di progetti realizzati

- Conversione e riqualificazione, con la relativa formazione di una rete commerciale: dalla tentata vendita alla vendita su copia- commissione
- Verifica e ristrutturazione, con definizione del numero delle zone di lavoro, di una rete di vendita sull'intero territorio del mercato Tedesco e Olandese
- Definizione e studio di Marketing Strategico ed Operativo a supporto della rete Vendita e per mercati di nicchia ad alta marginalità per il Mercato Tedesco ed Olandese
- Studio di Marketing sulla CSI (Customer's Satisfaction Index), con relativa stratificazione della Numerosità della popolazione di riferimento, definizione del questionario, interviste telefoniche e "on field", rendicontazione e programmazione di una azione strategica di miglioramento e di acquisizione del valore aggiunto aziendale (nei confronti della clientela)
- Ridefinizione del ruolo della struttura commerciale di Capi Area, funzionari Vendita Senior e Junior, Addetti Uffici Vendite
- Costruzione di sistemi operativi di supporto e verifica operato reti commerciali.
- Costruzione di indicatori di C.S.I. ed implementazione della struttura del reclamo del cliente in ottica strategica.
- Formulazione di Budget per impresa e sua implementazione nella realtà Aziendale
- Analisi ed implementazione di strutture ed organigrammi aziendali e motivazione del personale
- Analisi e definizione delle funzioni direttive, delle mansioni e dei compiti.
- Definizione di organigrammi funzionali e motivazione del personale
- Selezione del personale

Reference List

- Zanelli Furgonature S.r.l. (Furgonature isotermitiche)
- Nevada S.r.l. (Videogiochi)
- Tecnosolar S.r.l. (Sistemi di protezione termica)
- P.R.H. S.r.l. (Ente mondiale formazione)
- SOL S.p.A. (Multinazionale settore chimico)
- OIKOS S.r.l. (Settore chimico idropitture- Progetto franchising)
- SIDAC S.r.l.(Settore imballaggi flessografici)
- ITAC S.p.A. (Settore chimico)
- SERICOM S.r.l.(Settore Chimico)
- CAMAC S.r.l. (Settore Alta Moda)
- EFFEGIBI Italia S.r.l. (saune e Benessere)
- HP S.p.A. (Hardware)
- Grunding S.p.A. (Elettronica)
- Fronteretro S.r.l. (stampa digitale ed advertising)
- COCIF S.c.a r.l. (Porte e finestre in legno)
- Solo Affitti S.r.l. (Servizi immobiliari- Progetto Franchising)
- Dolciaria Rovelli S.r.l. (Prodotti dolciari e Cioccolato)
- Immergas S.p.A. (Termoidraulica)
- Piolanti & Figli (edilizia e calcestruzzo. Materiali ed attrezzature)



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

- AIR FRANCE (ente Francese Aviazione Civile)
- SGM Thompson (Multinazionale Elettronica)
- H.S.Penta S.r.l. (martinetti idraulici-metalmeccanica)
- Gesco-Amadori (alimentari)
- Rossi Motoriduttori (Meccanica)
- XEROX Italia S.p.A. (Sistemi di editino e stampa)

Curriculum Vitae

Economia e commercio. Master in Marketing Management – M.I.T. – Boston .(U.S.A.)- Associato A.M.M.
Il percorso di carriera, con responsabilità progressivamente crescenti nell'area Vendite prima e Marketing poi, in aziende emiliane e lombarde di produzione e servizi, comprese esperienze in realtà multinazionali Statunitensi, lo ha condotto ad incarichi di Direzione Commerciale e Direzione Marketing anche per i mercati Tedesco ed Olandese. Gli incarichi ricoperti sono anche relativi alla Direzione e motivazione del personale.

Corsi di formazione finanziati ed a libero mercato.

Formazione e progetti di 700 ore Marketing Estero. (API- Forlì –Cesena ; IRIGEM_ Vicenza. API Venezia)

Consulente Senior Union Carbide (U.S.A.)

Consiglio di Amministrazione Aziende del territorio

Collaboratori: Tutti provenienti dalla Direzione Aziendale; tutti gli appartenenti allo Studio Serafini hanno pluriennale esperienza di Azienda.

Note ed appunti di Vostro interesse.



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione

FASE 1. Analisi preliminare	Fase 2. Identificazione del percorso di miglioramento	Fase 3 Definizione delle soluzioni	Fase 4. Realizzazione delle soluzioni	Fase 5. Assistenza e supporto
Interviste	Redazione questionari e check-list	Misurazione sul campo	Coordinamento focus-group	Messa a punto documentazione e soluzioni organizzative
Raccolta dati sul campo	Interviste	Analisi dati	Realizzazione prototipi	Misurazione performance
Primo confronto con il personale chiave	Analisi dati	Simulazioni	Formazione sulle nuove logiche	Riunioni di confronto e discussione dei risultati
Studio documenti aziendali	Benchmarking	Riunioni di confronto	Valutazione Risorse	Valutazione nuova visione del cliente
↓	↓	↓	↓	↓
Output / Risultati				
Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5
Definizione dei fabbisogni di intervento	Comprensione analitica del problema	Architettura delle soluzioni	Cambiamento operatività dei singoli	Miglioramento continuo della performance
Valutazione dello "stato dell'arte"	Valutazione dei costi / benefici	Valutazione degli impatti organizzativi	Implementazione di applicazioni tecnologiche	Miglioramento drastico delle performance
Valutazione degli aspetti critici del progetto	Definizione di massima delle linee guida per le soluzioni	Valutazione delle modalità di realizzazione e manutenzione	Aumento del Know-how metodologico	Nuove opportunità e capacità competitive
Assimilazione obiettivi dell'intervento	Definizione delle risorse da coinvolgere	Introduzione di metodologie innovative	Identificazione dei profili chiave	Test e confronti
Programma di lavoro per sviluppo fase 2	Chiarezza sui fabbisogni informativi specifici	Formazione sul campo al personale coinvolto	Conoscenza del gap di competenza	Soluzioni a regime

Come realizziamo i Nostri interventi



Studio Serafini.
Consulenza di Direzione