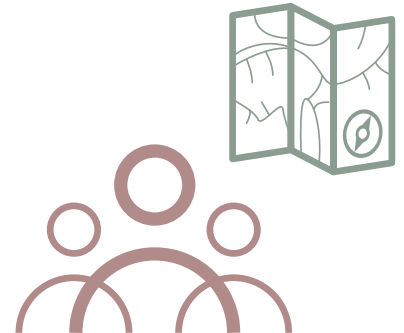


IL PROGETTO DI BUSINESS DEVELOPMENT: OBIETTIVI DELLA COLLABORAZIONE

A-Marks Factory, grazie alla propria esperienza maturata nello sviluppo del business alle imprese maturata in dieci anni nei mercati business-to-business (B2B) e business-to-consumer (B2C), si propone in partnership con un progetto innovativo di collaborazione volto allo sviluppo commerciale della vostra attività in Italia e/o all'estero.

Il percorso collaborativo ha come principale obiettivo quello di:

- Identificare le opportunità di sviluppo aziendale in linea con le nuove dinamiche di mercato;
- Posizionare l'impresa nella fascia di mercato ottimale secondo gli obiettivi strategici aziendali garantendo la penetrazione nei settori e nelle aree geografiche obiettivo.
- Supportare a livello operativo l'area commerciale per l'espansione delle vendite a livello nazionale e/o internazionale, perseguendo gli obiettivi concordati con la direzione a livello di margine, fatturato e copertura territoriale.



I MEZZI A DISPOSIZIONE

- Attività di business development condotta dal consulente Project Manager presente settimanalmente in azienda per le analisi di marketing strategico.
- Costituzione del database iniziale e monitoraggio continuo delle attività di contatto e di vendita.
- Banca dati dello studio per l'analisi delle informazioni di mercato a livello nazionale e internazionale.
- Costante monitoraggio da parte del team di A-Marks Factory tra obiettivi prefissati e performance aziendali.
- Supporto informatico per l'analisi grafico/tabellare delle vendite attraverso attività di reportistica mensile per la proprietà e la direzione commerciale.
- Risorse operative dedicate all'attività di contatto per i clienti attuali e potenziali, alla ricerca e sviluppo delle aree di vendita con agenti, alla pianificazione visite e piano affiancamenti.

GLI STEPS DI ASSISTENZA PER LO SVILUPPO DEL TUO BUSINESS

ANALISI STRATEGICA

Analisi di mercato Italia-Estero: concorrenza, clientela, minaccia nuovi entranti e prodotti sostitutivi, partners potenziali.



Analisi canali di vendita attuale, individuazione nuovi segmenti di domanda e canali alternativi per la crescita in Italia e all'estero.



Raccolta dati interni per la valutazione delle politiche di marketing e commerciali da sviluppare.

ORGANIZZAZIONE

Piano visite e organizzazione rete vendita.



Monitoraggio qualità di vendita.



Piano affiancamenti.



Controllo materiali di vendita.

AZIONI

Piano di vendita annuale con all'interno obiettivi su clienti acquisiti e nuovo business.



Costituzione database su nuovi clienti e contatti.



Progettazione campagne Direct Marketing (individuazione strategia di contatto, mezzi, tempi e previsione redemption).



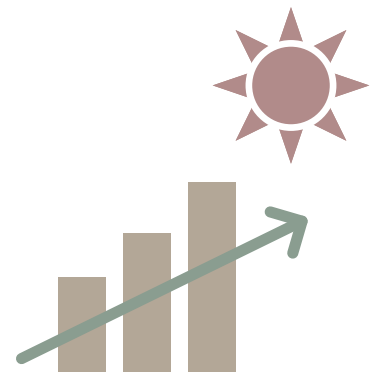
Contatto con azienda cliente per azioni promozionali (invio campioni, brochure cartacea, offerta, etc...)



Reportistica mensile per il controllo dell'attività.

COME A-MARKS FACTORY PUÒ APPORTARE VALORE?

- Conseguiamo gli obiettivi di posizionamento e penetrazione in linea con le previsioni effettuate, fornendo indicazioni utili all'azienda per la revisione delle proprie strategie commerciali e marketing.
- Sviluppiamo il mercato per aree geografiche (analisi strategica per l'identificazione dei paesi obiettivo), per settori di interesse, per canali di vendita individuando le strategie d'ingresso più adatte.
- Svolgiamo attività di Key Account Management con l'obiettivo di realizzare per conto dell'azienda un'efficace segmentazione del portafoglio clienti attuale e potenziale.
- Sviluppiamo strategie personalizzate di marketing volte alla fidelizzazione dei clienti attivi e potenziali appartenenti ai segmenti obiettivo, migliorando le performance di vendita in termini di volumi e redditività.
- Diamo un servizio operativo diretto volto sia all'azione di vendita che all'ottimizzazione dell'organizzazione commerciale interna.
- Utilizziamo strumenti di monitoraggio e analisi delle vendite senza costi aggiuntivi per il cliente.



COME A-MARKS FACTORY APPORTA VALORE PER LO SVILUPPO DELL'EXPORT

- A-Marks Factory ha conseguito la certificazione CMC (Certified Management Consultant) rilasciata dall'International Council of Management Consulting Institutes con sede in Olanda.
- L'ICMCI è una organizzazione non governativa riconosciuta dall'ONU che certifica le competenze professionali e trasversali dei consulenti aziendali attraverso una rete di enti governativi ed associazioni di categoria presenti in 42 Paesi nel mondo con un totale di 8080 membri nel 2010.
- La certificazione si basa su un "Common Body of Knowledge" e un Codice di Etica Professionale condiviso da tutti i membri di tutti i Paesi aderenti.
- Le competenze certificate attraverso un esame tenuto da delegati presso l'ICMCI e la presentazione di casi aziendali recenti sono relative a:
 - competenze nell'esercizio della attività di consulente (gestione del rapporto consulenziale con il cliente,);
 - competenze di management (capacità di individuare problemi, proporre soluzioni, offrire un supporto alla implementazione delle stesse);
 - competenze tecniche di area (specializzazioni in aree professionali);
 - coscienza delle cause esterne di natura sociale, tecnologica, economica e politica che possono produrre effetti sul proprio lavoro, nella loro globalità, utili a rappresentare la capacità del consulente a produrre i risultati desiderati attraverso l'utilizzo delle conoscenze e delle esperienze richieste allo scopo.

A-MARKS FACTORY E LA CERTIFICAZIONE ICMCI



I VANTAGGI DEL PROGRAMMA

- Possibilità di avvalersi dell'esperienza dello Studio in strategia d'impresa e marketing per sviluppare un percorso di crescita aziendale in linea con le nuove dinamiche competitive e le nuove opportunità presenti.
- Basso investimento in costi fissi da parte dell'azienda: ottimizziamo le risorse dell'azienda grazie all'assenza di costi di formazione evitando di assumere un manager esterno qualificato.
- Presenza costante del Business Developer a supporto della proprietà e della direzione commerciale/marketing per il raggiungimento dei goals prefissati.
- Efficiente impiego delle risorse dello studio in termini operativi per il perseguimento degli obiettivi concordati con l'azienda.
- Forte motivazione da parte dello studio al raggiungimento dell'obiettivo finale.