

# InVece

*Diamo un volto al vostro business*

**InVece srl**

**“SALESMAN RENTAL”**  
**Idea imprenditoriale**

*S.Nasini - G.Pepé*

## **Indice**

1. Prefazione
2. L'idea d'impresa
  - 2.1 Elementi innovativi
  - 2.2 Analisi preliminare ed accettazione dell'incarico
  - 2.3 Modello teorico di riferimento
3. Prodotti/servizi
  - 3.1 Core business
    - 3.1.1 Creazione di reti vendita
    - 3.1.2 Selezione venditori
    - 3.1.3 Formazione
    - 3.1.4 Consulenza assistenza
  - 3.2 Servizi aggiuntivi
    - 3.2.1 Valutazione delle competenze
    - 3.2.2 Call Center
    - 3.2.3 Promozione
    - 3.2.4 Ricerche di mercato
    - 3.2.5 Franchising
    - 3.2.6 Nuovi canali di distribuzione (E-commerce)
4. Market
  - 4.1 Mercati potenziali
    - 4.1.1 Imprese di nuova costituzione
    - 4.1.2 Contoterzisti
    - 4.1.3 Nuove linee di prodotti
    - 4.1.4 Riqualificazione aziendale
    - 4.1.5 Aziende in break even point
  - 4.2 Concorrenti
5. Tabella Prodotti/Servizi
6. Value Proposition
7. Conclusioni

## 1 Prefazione

Questo documento ha lo scopo di esporre l'idea imprenditoriale in base alla quale **InVece** S.r.l. intende costituirsi ed operare nel mercato.

Sottolineeremo gli elementi innovativi dell'idea imprenditoriale e verrà indicato il modello di orientamento impiegato per le risorse commerciali. I servizi offerti da **InVece** vengono descritti in base ad una divisione in due categorie: core business e servizi aggiuntivi. Nella prima categoria, core business, sono raggruppati i servizi che costituiscono l'offerta principale di **InVece**; nella seconda categoria, servizi aggiuntivi, sono indicate le possibili strade di sviluppo che **InVece** potrà percorrere come secondo livello di crescita. Verrà inoltre descritto, in termini generali, il contesto di mercato in cui **InVece** intende collocarsi. A conclusione dell'analisi presenteremo una proposta sul valore aggiunto (Value Proposition) sul quale l'azienda dovrà puntare per massimizzare le probabilità di successo.

## 2 L'idea d'impresa

Il settore nel quale il nostro progetto si inserisce è quello dell'area marketing delle piccole e medie Aziende produttrici di beni e servizi.

Quella del marketing è un'area già storicamente strategica per il successo di un'azienda, ma negli ultimi anni ha acquisito una sempre maggiore centralità. Il forte sviluppo tecnologico odierno, potenzialmente a disposizione per tutte le aziende, ha livellato il grado di competitività nei settori della produzione e distribuzione fra le imprese concorrenti. Esse tendono quindi a ricercare in altri settori, come appunto il settore delle vendite, i vantaggi competitivi.

Tale andamento lo si può anche evincere osservando la crescente rivalutazione dell'importanza della figura del venditore da parte delle aziende, queste cercano sempre più di fidelizzare, formare, coinvolgere e motivare sia i venditori senior che junior.

**InVece** intende porsi come riferimento in outsourcing per tutte quelle aziende che intendono modificare, sviluppare o realizzare la propria rete vendite.

### 2.1 Elementi innovativi

L'idea di impresa di **InVece** si basa su due elementi innovativi che si traducono per le aziende clienti in riduzione dei costi sulle strategie di marketing.

Il primo elemento innovativo è l'attenzione rivolta al miglioramento di tutti i possibili aspetti del *marketing delle aziende*. Attualmente sono presenti sul territorio nazionale organizzazioni che offrono servizi aziendali dedicati alla vendita (consulenze, formazione, call center, servizi di selezione personale, ecc.), non è presente però un'organizzazione che offra piani di marketing che comprendano tutti questi servizi. Il risparmio per le aziende nasce dall'aver un unico interlocutore.

Il secondo elemento innovativo è la formula del *salesman rental*. **InVece** sviluppa reti commerciali, per aziende produttrici di beni e servizi, impiegando la propria forza vendita. Le aziende quindi risparmiano nei tempi e costi di selezione e organizzazione del personale di vendita. Le aziende ed **InVece** condividono in proporzione i guadagni e le spese.

È prevista, in seguito, la possibilità di acquisizione della forza vendita da parte delle aziende clienti.

### 2.2 Analisi preliminare e accettazione dell'incarico

Questa è una fase molto critica per la ns. azienda, in quanto viene richiesta dal nostro personale di valutare diversi parametri (sotto elencati), in tempi relativamente brevi e spesso con poche informazioni a disposizione.

Solo da una corretta comprensione dei fattori chiave di successo possono nascere delle strategie vincenti per il prodotto/servizio, quindi è di grande importanza interpretarli correttamente.

La previsione deve essere obbligatoriamente il più vicino possibile alle attese del cliente, ma nello stesso tempo è fondamentale che sia realistica.

La bontà della previsione permette ad **InVece** di sviluppare un offerta economica da sottoporre al cliente per l'accettazione.

Un ottimo piano di marketing si fonda su analisi originali ed aggiornate, su obiettivi ragionevoli, strategie realmente realizzabili e sulla disponibilità delle risorse necessarie per realizzarlo.

Gli aspetti che si devono analizzare in questa fase di marketing sono:

- **Analisi del mercato di riferimento:**
  - Bisogni e volumi sostenibili dal mercato
  - Competitors
  - Consumer
  - Rapporto qualità/prezzo
  - Rapporto costi/benefici
  - SWOT
  - Analisi dello storico vendite prodotto/servizio (se il prodotto/servizio lo possiede)
  - Dettaglio delle azioni che dovranno essere realizzate manovrando le leve del marketing mix o marketing one-to-one.
  - Risorse di vendita necessarie e tipo di canale di distribuzione
  
- **Sviluppo preventivo da sottoporre al cliente:**
  - Budget, tempi/risultati attesi dal cliente
  - Break even point
  - Costi fissi e/o variabili
  - Condizioni di pagamento
  - Opzioni di proroga o rinnovo
  - Opzione cessione rete vendita
  - Altri prodotti e servizi

### **2.3 Modello teorico di riferimento**

Quella del marketing è un'area piuttosto complessa, essa si divide in molte sottoaree dove i vari processi di vendita hanno caratteristiche proprie (il telemarketing è molto diverso dalla vendita door to door, così come la vendita di prodotti innovativi è diversa dalla vendita di prodotti di uso quotidiano).

**InVece** ha quindi sviluppato uno strumento proprio capace di bilanciare le competenze professionali degli operatori di vendita rispetto alle varie aree vendita del marketing.

Tale strumento si basa sull'incrocio di ogni attività svolta da tutte le possibili figure marketing/commerciale con le competenze richieste allo svolgimento di tali attività. Un dato profilo professionale sarà quindi dato da un insieme di attività a cui sono associate specifiche competenze.

Quest'approccio consente di ottimizzare la forza vendita rispetto all'area marketing d'interesse, velocizzare i tempi di selezione delle risorse commerciali per le aziende clienti ed orientare rispetto ai bisogni formativi in funzione degli obiettivi di vendita.

### 3 Prodotti/Servizi

L'azione di intervento di **InVece**, in termini generali, si rivolge verso tutti i possibili canali commerciali, al fine del raggiungimento degli obiettivi di business delle aziende clienti.

Si è scelto però di dividere in due fasi lo sviluppo imprenditoriale della nostra organizzazione.

Nella prima fase si sviluppano e si offrono una serie di prodotti/servizi vicini alle attività di realizzazione e gestione di reti di vendita (core business); nella seconda fase si realizzeranno una serie di prodotti/servizi riferiti all'azione di marketing in senso esteso (servizi aggiuntivi).

#### 3.1 Core business

##### 3.1.1 Creazione Rete Vendita

A partire dal prodotto e dagli obiettivi commerciali dell'azienda cliente, **InVece** si occupa di creare una rete vendita impiegando la formula del Salesman Rental. Le figure commerciali vengono "prestate" dalla nostra azienda a quella cliente, non solo al fine di sostenere un eventuale picco di lavoro temporaneo o al fine di valutare il possibile inserimento (come può accadere in un classico rapporto di *Body Rental*), ma per creare, incrementare e mantenere una rete commerciale.

In altre parole l'idea d'impresa prevede che la gestione dell'area vendita potrà essere delegata dall'azienda produttrice di beni e servizi ad **InVece**, che si occuperà della selezione, orientamento, formazione e organizzazione del personale commerciali e svilupperà per l'azienda cliente la rete vendita.

##### 3.1.2 Selezione Venditori

Questo servizio si rivolge a quelle aziende che hanno la necessità di reperire venditori da inserire nel proprio organico commerciale.

Per mezzo del nostro modello valutativo, che collega le caratteristiche di vendita dei commerciali con i diversi settori merceologici, e per mezzo dei data base in cui sono già inseriti i possibili candidati alla vendita (selezione permanente), **InVece** riduce i tempi e i costi della ricerca del personale di vendita.

##### 3.1.3 Formazione

Altro servizio proposto da **InVece** è la formazione al personale di vendita, dedicata alla valorizzazione delle competenze commerciali, organizzative e comunicative. Il progetto prevede quindi la realizzazione di un catalogo di prodotti formativi dedicati ai possibili aspetti della vendita. Questi prodotti comprendono percorsi e-learning, FAD, affiancamento, coaching, lezione in aula, simulazioni, ecc; avvalendosi anche di strutture esterne specializzate nella formazione.

L'offerta formativa di **InVece** prevede anche una collaborazione con i Clienti nella valutazione dei loro bisogni formativi. Tale supporto avviene attraverso metodologie di orientamento proprie della nostra azienda. Tra le nostre attività vi sono anche percorsi formativi ad hoc su richiesta del cliente. I programmi formativi sono rivolti anche verso il personale interno di **InVece**, questo per garantire qualità nei prodotti e servizi offerti.

##### 3.1.4 Consulenza ed assistenza

È un servizio dedicato alle aziende che intendono sviluppare o creare in forma autonoma una propria rete di vendita, o che intendono pianificare una campagna di marketing.

Per queste aziende forniamo consulenza ed assistenza al fine di strutturare un insieme di iniziative, rivolte ad obiettivi di marketing precisi e quantificati, strettamente mirati con il targeting e con la tempistica.

## **3.2 Servizi aggiuntivi**

### **3.2.1 Valutazione delle competenze**

Le aziende possono effettuare valutazioni delle competenze dei propri collaboratori, per verificare il potenziale di crescita e sviluppo professionale, per valutare l'idoneità di una nuova risorsa da inserire in organico o per assegnare nuovi e diversi incarichi a risorse umane interne.

Per queste finalità **InVece** effettua assessments individuali e di gruppo, sia per il personale della forza vendita che per figure manageriali e di leadership nell'area marketing e commerciale.

### **3.2.2 Ricerche di mercato**

Questo servizio viene richiesto dalle Aziende che vogliono conoscere un determinato settore di mercato, per valutare la possibilità di entravi.

**InVece** è in grado di soddisfare queste richieste avvalendosi di personale specializzato ed accompagna il cliente dalle prime fasi fino al suo concludersi.

### **3.2.3 Call Center**

Un servizio offerto da **InVece** alle aziende è quello di progettare, strutturare ed avviare un call center volto ad effettuare servizi di: ricerche di mercato, telemarketing, promozione prodotti, gestione appuntamenti dei venditori, help desk, gestione numeri verdi, contact center, customer care e riscossione insoluti.

La realizzazione di call center da parte di **InVece** può avvenire sia presso la sedi indicate dal cliente, sia in una nostra struttura già predisposta e messa a disposizione per le aziende.

**InVece** si occupa della ricerca e della selezione del personale di call center ed, in collaborazione con l'azienda cliente, della formazione tecnica/specialistica dello stesso.

### **3.2.4 Promozione**

Questo servizio consiste nel far conoscere, ai consumatori, i beni o servizi delle aziende.

**InVece** pianifica le campagne di promozione individuando i canali con miglior rapporto costo/beneficio, rispetto ai prodotti e servizi da promuovere e alle esigenze delle aziende.

### **3.2.5 Franchising**

Il servizio offerto da **InVece** consiste nella presa in carico della realizzazione di una rete di franchising. La nostra azienda si interessa di tutte le fasi di sviluppo di questo tipo di attività, come la definizione della formula franchising in tutti i suoi elementi, il progetto, la contrattualistica, la manualistica e il piano promozionale della rete franchising.

### **3.2.6 Nuovi canali di distribuzione (E-commerce)**

Individuare nuovi canali per dare visibilità e proporre i servizi/prodotti delle aziende nostre clienti, tramite portali, siti e commercio elettronico.

## **4 Market**

### **4.1 I mercati potenziali**

L'idea imprenditoriale di **InVece** può rivolgersi potenzialmente a qualsiasi tipo di attività che richieda un intervento sul proprio piano di marketing. È nostro obiettivo però rivolgersi a piccole e medie aziende produttrici di beni e servizi, presenti sul territorio nazionale.

Si espone ora un elenco di brevi descrizioni di tipologie di aziende che potrebbero essere interessate a richiedere i servizi di **InVece**.

#### **4.1.1 Imprese di nuova costituzione**

Le aziende appartenenti a questa categoria non hanno, generalmente, una organizzazione distributiva dei loro prodotti o di diffusione dei loro servizi e hanno quindi un particolare interesse per la realizzazione di un'azione di vendita e di promozione. Le sfide di marketing in questo contesto possono essere sia di visibilità del brand sia di realizzazione di una rete vendita che di promozione dei prodotti/servizi.

#### **4.1.2 Contoterzisti**

Le aziende di questa categoria producono prodotti per conto terzi, il loro mercato è quindi costituito da un unico cliente. Queste aziende causa la riduzione dei margini profitto, interferenze concorrenziali, desiderio di autonomia nel settore in cui operano, potrebbero essere interessate a proporre il proprio prodotto/servizio direttamente sul mercato.

#### **4.1.3 Nuove linee di prodotti**

Le aziende qui considerate hanno sviluppato una nuova linea di prodotti o servizi e potrebbero essere interessate a proporle al mercato seguendo una strategia di vendita diversa da quella impiegata per i prodotti e servizi già da loro distribuiti.

Una rete vendita realizzata con la formula del *Salesman Rental* potrebbe essere una soluzione interessante per ridurre i costi.

#### **4.1.4 Riqualficazione aziende**

Le società impegnate in un processo di riqualficazione aziendale, per migliorare le loro performance o per evitare un ridimensionamento, devono ridefinire il loro originale settore produttivo, per dedicarsi a beni o servizi di altro genere. Questo comporta un processo di cambiamento d'approccio al mercato.

**InVece** può intervenire sia potenziando la rete vendita già presente che creandone una nuova.

#### **4.1.5 Aziende in break even point**

In questa categoria si prendono in considerazione quelle aziende che intendono realizzare o potenziare una propria rete vendita. Queste potrebbero essere interessate a piani formativi dedicati alla forza vendita e a consulenze specializzate sia di marketing che per la realizzazione di reti commerciali più performanti.

### **4.2 Concorrenti**

Società: **B+D France**, con sede a Nizza; è un centro di consulenza ed assistenza per lo sviluppo di reti commerciali in territorio francese.

Società: **T&T Italia Srl** sede legale: S.Egidio alla Vibrata (TE); è inserita nel settore Servizi Marketing.

Società: **Logotel**; sede Milano; formazione e consulenza nella progettazione, gestione e sviluppo di reti commerciali e di singoli punti vendita.

Società: **Sales people**; sede Milano; Sales People è specializzata nella ricerca di Sales & Marketing professional e manager.

Le aziende sopraccitate sono orientate verso la ricerca e formazione di personale commerciale, ma non body rental. Non sono presenti società che offrano un ampio pacchetto di servizi dedicati.

## 5 Tabella Servizi/clienti

La tabella servizi/clienti fa un riassunto delle azioni di marketing offerte da InVece per i possibili mercati in cui si potrebbe inserire. Relativamente ad ogni incrocio viene espresso un giudizio (alto, medio, basso) che indica il grado di pertinenza di quello specifico servizio relativamente area di intervento considerata.

	Imprese di nuova costituzione	Contoterzisti	Nuove linee di prodotti	Riqualificazione aziendale	Società in break even point
CORE BUSINESS	PRIORITA'				
Piano Marketing	alto	basso	alto	alto	medio
Creazione rete vendita	alto	alto	medio	medio	basso
Selezione venditori	alto	alto	medio	medio	basso
Formazione	basso	basso	medio	alto	alto
Consulenza assistenza	medio	medio	alto	alto	medio
SERVIZI AGGIUNT.	PRIORITA'				
Valutazione delle competenze	basso	basso	medio	medio	alto
Call Center	basso	medio	medio	medio	medio
Promozione	medio	medio	alto	alto	medio
Ricerche di mercato	alto	alto	alto	alto	medio
Franchising	medio	basso	basso	medio	medio
E-commerce	medio	alto	alto	basso	medio

Tabella 1 – Servizi/Clienti

## 6 Value proposition

Le possibilità di successo di **InVece** sono legate a due aspetti:

- a. La maggiore importanza che il marketing sta acquistando, il vendere è sempre più un area strategica per il successo imprenditoriale delle aziende, le quali richiedono figure commerciali proattive, propositive, motivate ed altamente professionali.
- b. Gli elementi innovativi proposti da InVece, descritti ad inizio documento (paragrafo 2.1) e che qui ricordiamo brevemente.
  - L'attenzione rivolta al miglioramento di tutti i possibili aspetti del marketing delle Aziende.
  - La formula del salesman rental, con la quale **InVece** sviluppa le reti di vendita.

## 7 Conclusioni

L'idea imprenditoriale di **InVece** nasce da anni di esperienza maturata nell'area del marketing operativo, dove più volte è stato riscontrato il bisogno (da parte di: PMI, imprese nuove, in crisi, contoterzisti, o che vogliono diversificare il loro business) di avere un partner in grado di fornire servizi dedicati al miglioramento del business.

Attualmente non è presente sul territorio Italiano una società che offra un pacchetto di servizi completo, che soddisfi le esigenze di marketing/vendita delle aziende.

L'obiettivo di **InVece** è quello di assolvere questo compito

*.....Insieme per una forza da vendere.....*