

# Direttore Vendite

## FORMAZIONE

Laurea in economia aziendale

Si occupa dell'organizzazione e dello sviluppo delle attività di vendita per il conseguimento degli obiettivi di fatturato e di profitto. Collabora alla definizione di piani e programmi per il raggiungimento degli obiettivi generali e commerciali dell'azienda e opera nel rispetto delle direttive e delle strategie della Direzione Generale, in relazione alle politiche e procedure all'interno del proprio settore. Il direttore vendite contribuisce a verificare costantemente la politica distributiva, gli eventuali cambiamenti del sistema distributivo e suggerendo piani e azioni di adeguamento; definisce linee guida omogenee, valori e stili di approccio al mercato che trasmette alla rete di vendita, verificandone poi la corretta applicazione. Ha la responsabilità della soddisfazione dei clienti a lui assegnati e deve operare perché la forza vendita raggiunga gli obiettivi assegnati. Ha il compito, quindi, di definire la struttura della rete, di selezionare i venditori e di curarne la motivazione e la professionalità, apportando un adeguato sostegno, anche attraverso l'affiancamento in zona, nelle trattative complesse e nei rapporti con i clienti più importanti.

## CONOSCENZE E COMPETENZE

Al direttore vendite è richiesta un'approfondita conoscenza del mercato: deve analizzare le informazioni relative alle tendenze e alle esigenze dei clienti, ma anche valutare i prodotti della concorrenza, interpretando la situazione economica generale e formulando suggerimenti pertinenti. Ovviamente deve essere particolarmente approfondita la conoscenza dei prodotti dell'azienda a cui egli appartiene. Inoltre, per poter gestire una rete di vendita, il direttore vendite dovrebbe aver maturato un'esperienza di vendita sul campo ed è molto importante che questa si trasformi nella capacità di saper guidare i propri collaboratori ai giusti contatti con i propri clienti.

Quanto alle caratteristiche caratteriali, il direttore vendite deve essere una persona curiosa, aperta alla relazione perché deve saper ascoltare non solo i segnali forti ma anche i segnali deboli che arrivano sia dal cliente che dai suoi collaboratori. Dovrebbe essere un integratore e capace di aiutare i singoli a crescere per formare una squadra di vendita di successo. Deve avere un carattere partecipativo ma nello stesso tempo focalizzato al raggiungimento dei risultati e della soddisfazione del cliente finale.

## CARRIERA E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

A questa posizione si approda, di norma, oltre i 40 anni, a seguito di una carriera svolta nella direzione commerciale o nel marketing. La funzione vendite è evidentemente per ogni azienda di fondamentale importanza. Sono ben poche le realtà aziendali nelle quali non esiste la figura del direttore vendite. Al contrario, sono molte e in crescita le imprese che devono riservare alla funzione vendite un budget consistente. L'effetto complessivo lo si può facilmente constatare nella grande richiesta del mercato di figure come questa.