



# COMMERCIAL EXCELLENCE LAB

## ***MASTERING THE NEW NORMAL IN SALES ORGANIZATIONS***

Presentazione della Ricerca Qualitativa

*Paola Caiozzo, Laura Colm, Paolo Guenzi, Marco Aurelio Sisti*

30 Settembre 2021

MAIN PARTNER



PARTNER



PARTNER TECNICI



COMMUNITY PARTNER





# MASTERING THE NEW NORMAL IN SALES ORGANIZATIONS

- 1. Executive summary**
- 2. Obiettivi della ricerca**
- 3. Metodo**
- 4. Framework di sintesi**
- 5. Risultati**
- 6. Conclusioni e next steps**



# EXECUTIVE SUMMARY



La ricerca «**Mastering the New Normal in Sales Organizations**» è stata realizzata dal **CEL – Commercial Excellence Lab** tra giugno e luglio 2021, tramite una serie di interviste in profondità videoregistrate con sales e marketing manager di diversi settori, appartenenti ad aziende leader nazionali ed internazionali.

La ricerca mira ad indagare **come verrà gestito il futuro post-pandemia da Covid-19 nelle organizzazioni commerciali**, focalizzandosi su priorità strategiche, problematiche aperte e best practices, e dedicando particolare attenzione al ruolo della tecnologia.

I risultati evidenziano come le aziende reputino particolarmente critiche **otto dimensioni** che sono alla base delle strategie commerciali nel New Normal e su cui hanno agito e continueranno ad agire per affrontare le sfide del prossimo futuro. Queste comprendono il ridisegno dei processi, un approccio data-driven, una ridefinizione di ruoli e strutture, nuove segmentazioni dei clienti, la vendita esperienziale, lo sviluppo omnicanale, un approccio sperimentale e una revisione delle competenze.

Vi son poi **altre due dimensioni** su cui le aziende fino ad ora sono intervenute poco, che però lanciano nuovi interrogativi da affrontare: i sistemi di incentivazione e di misurazione della performance.



# OBIETTIVI DELLA RICERCA



## OBIETTIVI DELLA RICERCA

L'obiettivo della ricerca è quello di indagare come verrà gestito il **futuro post-pandemico** nelle organizzazioni commerciali.

In particolare si vuole rispondere alle seguenti domande:

1. Quali sono le **priorità strategiche** delle aziende?
2. Quali sono le **problematiche «aperte»** e dove invece si possono già identificare alcune **best practices**?





# METODO



- Per indagare il tema è stato utilizzato un approccio di ricerca qualitativo, basato su **18 interviste in profondità videoregistrate**, con manager di diverse aziende italiane e multinazionali provenienti da **13 diverse industry**.
- Le interviste sono state raccolte nei mesi di **giugno e luglio 2021**, sono durate in media **58:36 minuti** e sono state **trascritte e sintetizzate in 86 pagine**, con **95 pagine di supplementi** (appunti e materiali aziendali integrativi).
- L'intervista verteva intorno a quattro macro-dimensioni: ***Enact, Engage, Enable, Empower*** e approfondiva in particolare le **priorità strategiche** ed il ruolo delle **tecnologie digitali**.

1	<b>Cribis</b>	Credit Management	Direttore Marketing	11	<b>Vodafone Business</b>	Telecomunicazioni	Sales Director Global (SW Eur.)
2	<b>Sony Interactive Entertainment</b>	Tech/IT	Sales Director	12	<b>Randstad</b>	HR Management	Chief Sales Officer Key Account
3	<b>Mondadori Retail</b>	Editoria	Direttore Marketing	13	<b>Henkel</b>	FMCG	Sales Director Divisione Adesivi
4	<b>Multinazionale IT</b>	Tech/IT	Client Director	14	<b>Loccioni</b>	Engineering	Head of Business Development
5	<b>DoubleYou</b>	Welfare Aziendale	Direttore Marketing	15	<b>Dalmar</b>	Engineering (distrib.)	Direttore Generale
6	<b>ICAM</b>	Food	Direttore Vendite	16	<b>Ecolab</b>	Chemicals	Senior VP & GM Eur.
7	<b>Triumph – Sloggi</b>	Fashion	Head of Sales (South Eur.)	17	<b>Jakala</b>	Pharma	Head of Pharma & Health-Tech
8	<b>Biosüdtirol</b>	Food	B2B Brand Resp.	18	<b>Ponti</b>	Food	International Sales Director
10	<b>Europcar</b>	Automotive	Sales & Marketing Director				



# LE AZIENDE INTERVISTATE 1/2



Azienda di servizi per la gestione ed il recupero crediti di aziende in tutto il mondo, che si occupa anche di valutazioni e credit scoring.



Sussidiaria di Sony dedicata alla ricerca, la gestione, lo sviluppo, la produzione e la vendita di hardware riguardanti il brand Play Station.



Il Gruppo Mondadori opera nella vendita diretta al cliente attraverso la controllata Mondadori Retail S.p.A.

## Multinazionale IT

Attore leader nel settore informatico, che produce e commercializza hardware, software, servizi di cloud computing e consulenza informatica.



Società di consulenza e di servizi del Gruppo Zucchetti specializzata nel welfare management nel mercato italiano.



Azienda familiare italiana, leader nel dolciario, in particolare nella produzione di semilavorati di cacao e cioccolato.



Azienda tedesca leader a livello internazionale per il settore manifatturiero della lingerie; Sloggi è un brand del Gruppo Triumph.



Cooperativa che si occupa della coltivazione e della commercializzazione internazionale di mele (biologiche e non) dell'Alto Adige.



Attore globale nella progettazione e produzione di sistemi avanzati di ingegneria e soluzioni di mecatronica.