



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



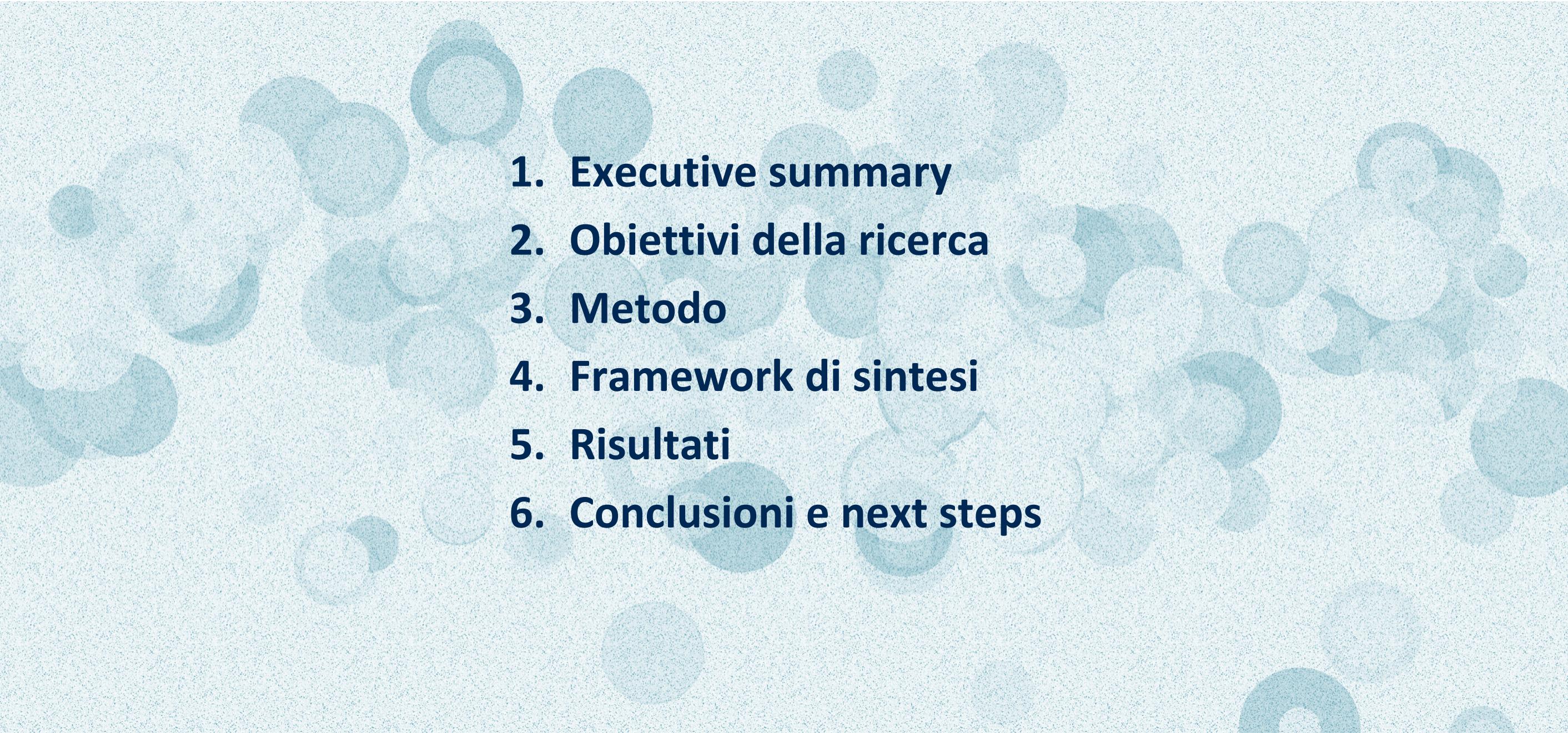
PARTNER TECNICI



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 sono 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	Cribis	Credit Management	Direttore Marketing
2	Sony Interactive Entertainment	Tech/IT	Sales Director
3	Mondadori Retail	Editoria	Direttore Marketing
4	Multinazionale IT	Tech/IT	Client Director
5	DoubleYou	Welfare Aziendale	Direttore Marketing
6	ICAM	Food	Direttore Vendite
7	Triumph – Sloggi	Fashion	Head of Sales (South Eur.)
8	Biosüdtirol	Food	B2B Brand Resp.
10	Europcar	Automotive	Sales & Marketing Director

11	Vodafone Business	Telecomunicazioni	Sales Director Global (SW Eur.)
12	Randstad	HR Management	Chief Sales Officer Key Account
13	Henkel	FMCG	Sales Director Divisione Adesivi
14	Loccioni	Engineering	Head of Business Development
15	Dalmar	Engineering (distrib.)	Direttore Generale
16	Ecolab	Chemicals	Senior VP & GM Eur.
17	Jakala	Pharma	Head of Pharma & Health-Tech
18	Ponti	Food	International Sales 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 meccatronica.