

INDICE

PREFAZIONE	6
INTRODUZIONE	12
CAPITOLO UNO NESSUN LIMITE Outsourcing del XXI Secolo	17
Outsourcing: imperativo oppure opzione?	22
Perseguire la crescita: perché l'outsourcing è (quasi) ovunque	25
La vendita dell'energia: case study	32
CAPITOLO DUE I MITI Invenzioni, fatti e favole	37
Mito n. 1: L'outsourcing causa perdita di controllo	41
Mito n. 2: Nessuno è più leale del personale interno	45
Mito n. 3: L'outsourcing non conviene perché il risparmio nei costi non è significativo	47
Mito n. 4: Competenza e capacità d'esecuzione non sono pari a quelle interne all'azienda	51
Mito n. 5: Le vendite sono una competenza 'core', quindi non si dovrebbero esternalizzare	52
Mito n. 6: L'outsourcing manca di flessibilità nel rispondere alle variabili condizioni del mercato	55
Mito n. 7: I partner in outsourcing non aggiungono valore – si limitano a fare quanto richiesto	57
Trovare il giusto equilibrio	59

CAPITOLO TRE	LA MODERNA FUNZIONE VENDITE	65
	Fidelizzare la clientela e vendere i prodotti	
	Una funzione vendite in continua evoluzione	68
	La ricerca del valore (e della semplicità) in un mondo complesso	72
	Alla conquista della vendita	95
	Modello di acquisizione clienti	98
CAPITOLO QUATTRO	IL LAVORO	107
	Smontare e rimontare la funzione vendite	
	Reinventare il modo di lavorare – Come scegliere il modello migliore	115
	Ottimizzazione delle opportunità: case study	
	- Avvantaggiarsi di un mercato in crescita	122
	- Puntare ai mercati di nicchia	127
	- Reclutare localmente	130
	Trasferimento dell'idea: case study - Incentivare le vendite in-store	133
	L'uomo di paglia: case study - Gestire i rifiuti	140
	ROI creativo: case study - Babbo Natale passa al digitale	145
	Raccogliere i frutti	147
CAPITOLO CINQUE	IL SUCCESSO DELLE VENDITE IN OUTSOURCING	151
	La messa in moto	
	Outsourcing delle vendite, ma con le giuste motivazioni	154
	Outsourcing delle vendite, al momento giusto	157
	Scegliere un partner vendite in outsourcing	159
	Il processo di appalto	166
	Attivare il cambiamento	180
	Quanto è vitale la funzione vendite dell'azienda?	186
	IL FUTURO Cosa succede dopo?	189
	RINGRAZIAMENTI	195