

## AUMENTO DELLE VENDITE

È possibile far crescere la propria azienda aumentando le vendite o espandendo l'attività su nuovi mercati. Per aumentare le vendite si possono lanciare nuovi prodotti o servizi, ampliare le quote di mercato, incrementare le attività di marketing o migliorare l'assistenza clienti. Se siete produttori, questo potrebbe significare dover aumentare la produzione per soddisfare la domanda.

## LANCIO DI NUOVI PRODOTTI O SERVIZI

Mettete a disposizione dei vostri clienti una gamma più ampia di prodotti o servizi. Dovrete fare ricerche di mercato per vedere se c'è richiesta dei nuovi prodotti che intendete proporre. Considerate l'utilizzo di alcuni dei clienti esistenti per creare un gruppo di sperimentazione. Il loro feedback può essere utile a gestire alcuni dei rischi connessi al lancio di nuovi prodotti e darvi idee su come migliorare i prodotti o i servizi. Prestate particolare attenzione al marketing e alla promozione dei nuovi prodotti o servizi, in modo che i potenziali clienti ne siano informati.

## ESPANSIONE SU NUOVI MERCATI IN AMBITO NAZIONALE

L'espansione su nuovi mercati può essere costosa, ma può anche aumentare la base di clientela. Le ricerche di mercato vi aiuteranno a comprendere i potenziali nuovi mercati ed elaborare una strategia adatta. Dovrete anche tenere presenti fattori quali il marketing, le vendite, la distribuzione e l'aumento di produzione per soddisfare la nuova domanda.

## POTENZIAMENTO DEI PROPRI CANALI DI VENDITA

Valutare e ottimizzare i vostri canali di vendita potrebbe aiutarvi a raggiungere nuovi clienti, aumentare le quote di mercato e migliorare la redditività. Ad esempio potreste:

- Far frequentare corsi professionali avanzati al vostro personale di vendita
- Stipulare contratti con venditori a provvigione o assumere personale di vendita stipendiato
- Aumentare il numero dei vostri punti vendita
- Servirvi di rivenditori
- Implementare una strategia di vendite online

## **ATTIVITÀ DI MARKETING**

Potreste cercare di aumentare l'efficienza delle vostre attività di marketing. Verificate i risultati attuali del marketing o della pubblicità e siate pronti a modificare le vostre strategie se i risultati ottenuti non sono soddisfacenti. Studiate i vostri potenziali clienti per individuare il modo migliore per raggiungerli e pianificate di conseguenza le strategie di marketing.

## **MODIFICATE I PREZZI**

Modificare i prezzi, le condizioni di vendita, i termini di pagamento o quelli di fatturazione potrebbero stimolare la domanda dei vostri prodotti o servizi. Rimanete aggiornati su ciò che offrono i vostri concorrenti e su quali siano i vostri margini di profitto per stabilire se potete ridurre i prezzi. Se questa alternativa non è praticabile, l'offerta di condizioni di vendita più favorevoli può essere la mossa migliore per influenzare favorevolmente i clienti.

## **RIMANETE AGGIORNATI SULLA CONCORRENZA**

Dovete sempre essere informati su ciò che i concorrenti stanno facendo. Queste informazioni vi aiutano a capire i loro comportamenti, i loro punti di forza e quelli di debolezza. Se disponete di tali informazioni, sarete meglio preparati per difendere le vostre posizioni di mercato, reagire ai cambiamenti e trovare nuovi mercati.

## **MIGLIORATE LE RELAZIONI CON LA COMUNITÀ**

Aumentate la vostra presenza nella comunità di cui fate parte. Attività quali la sponsorizzazione di eventi sociali, la partecipazione tramite discorsi agli eventi della comunità o il supporto a squadre sportive locali possono aumentare la popolarità del vostro business e stimolare le vendite.

## **NON TRASCURATE L'ASSISTENZA AI CLIENTI**

Tenete conto dell'importanza che ha la percezione dei clienti rispetto alla qualità e alla prontezza dell'assistenza clienti fornita dalla vostra azienda. Il passaparola positivo fra clienti è molto importante per la vostra attività.

## **SAPPIATE QUANDO FERMARVI**

Se avete settori aziendali, servizi o linee di prodotti a basso margine, bassa remuneratività o costi di vendita eccessivi, abbiate il coraggio di eliminarli. Può essere una scelta difficile se si sono presi impegni relativi a tali settori o prodotti, ma eliminando i rami secchi dell'azienda si può risparmiare molto denaro e reinvestirlo in modo più proficuo.