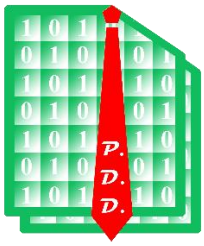
Professionista Del Dato



Chi è

Di cosa si occupa

Perché sceglierlo

Come lavora



Professionista Del Dato

Biografia 3

Esperienze Principali 4

Il Professionista Del Dato 5

Principali Attività 6

Per chi è e per chi non è 7

Principali settori di attività e Partners ricezione dati 8

Case History: Da 100 a 1 file per gestire stock e sell out 10

Case History: Vita, morte e miracoli dei tuoi dati su Amazon ARAP 11

Case History: Come gestire le richieste di reportistica di 250 venditori da solo. 12

Case History: La Comunicazione prima dei numeri 13

Come Lavora 14

Testimonianze 15

Principali Obiezioni 19

Che cos'è e come funziona il Sistema di Guida 21

Pubblicazione: 18 storie di numeri. "Una Semplice Cura Per Evitare Errori Colossali 22

Pubblicazione: Prendere le decisioni di vendita senza essere un Veggente con i Report di Vendita 23

Seminario: Come ricevere i dati di stock e sell out in 1 solo file, Senza rodersi il fegato, Trasformando per sempre un problema in un sogno 24

Policy: Cosa Ti Devi Aspettare 26

Esperienza 26

Opinioni obiettive 26

Integrazione 26

Confidenzialità 27

Conflitto d'interessi 28

Esperti esterni all'azienda 29

I tuoi Clienti 29

I 10 Valori Professionali Più Rappresentativi 30

I 5 Valori Personali Più Rappresentativi 30

Professionista Del Dato - Contatti 31

Biografia



Christian Vianello è un Professionista Del Dato

Da quasi 20 anni svolge questa professione con passione.

Crea Report per la Forza Vendita (Acquisizione Dati, elaborazione, Output).

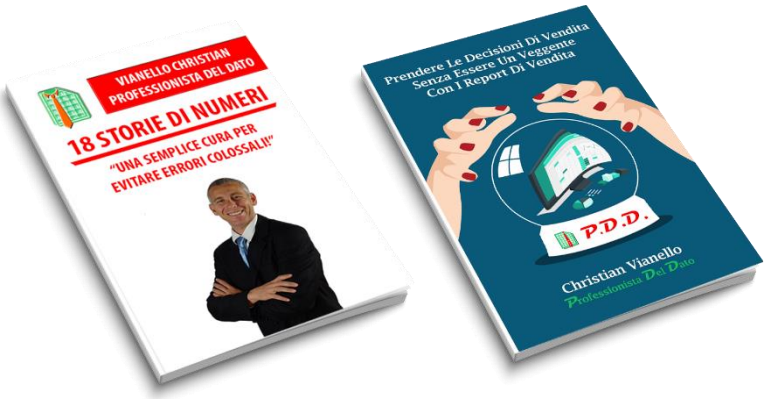
Ha clienti di diverse dimensioni, dalla multinazionale alla piccola media impresa in contesti sia nazionali che internazionali.

Ama lavorare con i numeri di Vendita e Marketing.

Milanese, Classe ’77, sposato, con 2 figli, laureato in Economia e appassionato di sport.

Amministratore del gruppo Linkedin “Piccoli Medi Imprenditori Milano” costituito da circa 3.000 titolari di PMI del territorio Milanese e Hinterland.

Per 3 anni, Socio dell’Accademia del Consulente, società di formazione in area Marketing e Vendita dedicata a chi svolge un’attività di consulenza. Aiuta i consulenti a farsi percepire come la “scelta migliore”, con il sistema di Marketing e Vendita "Quello Bravo"



Riferimenti:

- **Email**: christian@professionistadeldato.com
- **Sito**: https://www.professionistadeldato.com/
- **Linkedin**: https://www.linkedin.com/in/professionistadeldato/

- **Video** - Come Posso Esserti Veramente Utile - https://bit.ly/PDD_001 - 4 min. 26 sec.
- **Pubblicazioni e Guide**: https://bit.ly/PDDPubblicazioni
- **Libro**: 18 storie di numeri - https://www.amazon.it/18-storie-numeri-Christian-Vianello/dp/8892621610/
- **Libro**: Prendere le decisioni di vendita senza essere un veggente con i report di vendita - https://www.amazon.it/Prendere-decisioni-vendita-essere-veggente/dp/883168874X/
- **Gruppo Linkedin Piccoli Medi Imprenditori Milano**: https://www.linkedin.com/groups/8518018/

Esperienze Principali



2020 – Actual - Favorit

2018 – 2020 Accademia Del Consulente

2017 – 2020 FKA Brands

2014 – 2018 Toshiba HDD

2013 – 2018 Toshiba TV

2011 - Actual – Professionista Del Dato

2008 – 2018 Toshiba PC

2007 Hertz – European Center - Dublino

2007 -2004 DHL Express SRL Italia

2003 - 2001 Formatore Fondo Sociale Europeo (Microsoft Windows e Microsoft Office)

2017 – Pubblicazione: 18 Storie Di Numeri

2003 - Laurea in Economia e Commercio

Il Professionista Del Dato

Il Professionista Del Dato crea report per la forza vendita, per le società che vendono tramite distributori e rivenditori.

Sono aziende che ricevono (o dovrebbero ricevere) da ogni partners i file di stock e sell out, e hanno la necessità di consolidarli in un unico file per:

- Ottenere una visione migliore dei risultati di stock e vendita
- Una fonte univoca dell'andando di stock e sell out da condividere internamente con la forza vendita, il marketing e l'alta direzione
- Evitare inutili perdite di tempo tra vari file ed eliminando possibili errori di copia/incolla

I principali referenti di questa attività sono:

- Direttore Commerciale
- Country Manager
- Marketing Manager

Principali Attività

Creazione report di Stock, Sell Out e Sell in

Per le realtà che lavoro con distribuzione e rivenditori e vorrebbero acquisire e raggruppare le varie informazioni di stock, sell out e sell in, per consolidarli in un'unica fonte consultabile.
Integrare dati con le informazioni interne (Segmentazione Prodotti, Anagrafica e Forza vendita)

Analisi di Forecast, Raggiungimento Target, Provvigione, Bonus

Creazione di modelli ad-hoc per il calcolo di:

- Forecast
- Provvigioni Agenti
- Bonus Fornitori
- Raggiungimento Target dipendenti

Creazione di template in Excel

Sviluppo ad-hoc di template in Excel come il Calcolo del Preventivo, Configurazioni Prodotti ecc…

Creazione di template in Power Point

Sviluppo di template in PowerPoint aggiornabili tramite Excel, per presentazioni ripetitive da aggiornate con i nuovi dati.

Creazione reportistica ARAP (Amazon Retail Analytics Premiun/Base

Analisi dei dati prodotti in ambiente Amazon Vendor

- Dati di Vendita e Stock
- Buy Box

Formazione Microsoft Office

Corsi di formazione sulla suite Microsoft Office con particolare approfondimento su Microsoft Excel

- Excel per Direttori Commerciali
- Excel per la Forza Vendita
- Excel per Marketing Manager
- Excel per l'Alta Direzione
- Excel per le figure di Back Office

Per chi è e per chi non è

Il Professionista Del Dato può offrire un considerevole supporto se:

- È un'azienda di produzione e vuole monitorare stock, sell out e sell in dei suoi prodotti
- Vende migliaia di prodotti all'anno e ha necessità di monitorare il tasso di rotazione dei prodotti.
- Vende attraverso distributori e rivenditori e ha la necessità di ricevere i dati del loro stock e sell out per migliorare le performance e le strategie di vendita
- Si avvale di venditori e agenti e ha la necessità di monitorare le vendite, calcolare le provvigioni e i bonus.
- Sviluppa attività promozionali da monitorare
- Monitoraggio Performance di prodotto

Principali Figure:

- Alta Direzione
- Direttore Commerciale
- Direttore Marketing

Il Professionista Del Dato NON può offrire un valido supporto se:

- L'azienda Commercializza un numero esiguo di prodotti all'anno
- È mono distributore
- Non ha una forza vendita

Principali settori di attività e Partners ricezione dati

Esperienza diretta nei settori:

- Informatica – Hardware
- Elettronica
- Medicale
- Beauty
- Spedizioni
- Materiale Ufficio

Disponibile per valutare collaborazione in tutti i settori di produzione.

Partner ricezione dati:

Catene

MediaWorld

MONDADORI

EURONICS

FINIPER

expert

Auchan

unieuro

fnac

TRONY

Distributori

Online

Case History: Da 100 a 1 file per gestire stock e sell out

Informazioni sul cliente

Azienda: FKA Brands Italia
Settore: Multi Brands. Bellezza, Medicale, Audio
Dimensione: Multinazionale

La Sfida

Creare in autonomia ex novo la reportistica di stock e sell out dei vari Brands FKA per i reparti Marketing e Vendita.

Soluzione

Creare un processo unico, e strutturato per la ricezione della reportistica da parte del rivenditore, B2B, B2C, online e interna (Anagrafica, Forza Vendita, Sell In)
Armonizzare ed elaborare la reportistica con file di output chiari e snelli per i diversi reparti aziendali.
Inserire i KPI all'interno della reportistica per avere immediatamente il polso della situazione.

Risultati

- Facilità di estrazione dei dati con filtri creati ad hoc per funzione
- Condivisione dei dati estratti da un unico data base per tutti i reparti
- Risparmio di tempo e ottimizzazione del lavoro
- Creazione reportistica ed automatizzazione invio report per agenti di vendita
- Miglior controllo in fase di Stock protection

Case History: Vita, morte e miracoli dei tuoi dati su Amazon ARAP

Informazioni sul cliente

Azienda: Favorit Italia SPA
Settore: Prodotti per Scuole e Ufficio.
Dimensione: Multinazionale

La Sfida

Gestire in autonomia la reportistica del canale Amazon ARAP (Amazon Retail Analytics Premium) rendendola facilmente fruibile

Soluzione

Creare un processo di acquisizione dati dall'interfaccia Amazon ARAP e agganciare le informazioni interne di Anagrafica, Forza Vendita, Sell In
Creazione di nuove segmentazioni per ottenere file di output chiari e snelli per i diversi reparti aziendali.
Inserire i KPI all'interno della reportistica per avere immediatamente il polso della situazione.

Risultati

- Facilità di lettura dei dati Amazon grazie ai filtri creati ad hoc
- Maggiori parametri per prendere decisioni tempestive sul processo di vendita
- Creazione di una sorgente dati contenente i dati da diverse sorgenti
- Verifica della qualità dei numeri forniti dal fornitore
- Miglior controllo del flusso produttivo

Case History: Come gestire le richieste di reportistica di 250 venditori da solo.

Informazioni sul cliente

DHL Express Italia; *Settore*: Trasporti; *Dimensione*: Multinazionale

La Sfida

Inserito in un team 4 persone, di cui 2 dislocate in altre parti d'Italia, avevo il compito di gestire la reportistica della forza vendita, costituita da 250 impiegati e strutturata su 4 livelli gerarchici:

Livello 1: Board - Direttore Vendite
Livello 2: 3 Direttori suddivisi per dimensione cliente
Livello 3: 15 Area Manager
Livello 4: Più di 200 venditori

I vecchi sistemi di creazione della reportistica richiedevano un'alta manualità per gestire le svariate richieste e la reportistica in Excel non era stata correttamente sviluppata.

Soluzione

Grazie alle esperienze pregresse in campo IT, ho progettato un nuovo database che permetteva di estrarre i dati aziendali dai software di Business Intelligence, Business Object e di costruire report aziendali ad hoc, utilizzando tabelle pivot di Excel.
Di fondamentale importanza è stata l'interazione e la comunicazione con il reparto IT dell'Azienda che ha permesso di integrare la nuova modalità di reportistica con i sistemi esistenti.
La nuova reportistica è entrata a pieno regime solo dopo alcuni mesi ed è servita come base per lo sviluppo anche di altri progetti.
Inoltre, una volta indicate alla forza vendita le informazioni disponibili e come potevano essere elaborate, si sono ridotte drasticamente le richieste ad-hoc da parte della forza vendita.

Risultati

- Facilità della gestione dei dati con segmentazione e visualizzazioni create ad hoc per funzione
- Confronto nei meeting utilizzando la medesima risorsa dati
- Riduzione del numero dei file ricevuti
- Risparmio di tempo e ottimizzazione del lavoro
- Imparare ad utilizzare al massimo le informazioni in proprio possesso
- Condivisione dei dati estratti da un unico data base per tutti i reparti

Case History: La Comunicazione prima dei numeri

Informazioni sul cliente

Toshiba Italia (Divisione Notebook, TV, HDD) ; *Settore*: Informatica;
Dimensione: Multinazionale

La Sfida

Creare in autonomia ex novo la reportistica di stock, sell out, Fcst e bonus.
Ottenere, dal reparto IT, le informazioni principali di vendita dei clienti, in conformità alla legge che regolamenta la tutela della privacy, per poi elaborarle secondo le varie necessità
Instaurare un clima di fiducia e di collaborazione con la forza vendita, composta da figure "senior" reticenti a collaborare.

Soluzione

Comunicare in maniera costante con il reparto IT situato Germania al fine di creare un rapporto di fiducia reciproca sbloccando uno ad uno i vari vincoli di privacy legati alla condivisione dei dati.
Nel mentre, creare dei Database a parte, per gestire la situazione di inefficienza.
Offrire un supporto “adeguato” ai venditori, gestendo le varie situazioni, persona per persona, evitando la rincorsa frenetica alle informazioni richieste.
Creare un processo per la ricezione della singola reportistica da ogni rivenditore, B2B, B2C ed interna (Anagrafica, Forza Vendita, Sell In)
Armonizzare ed elaborare la reportistica con file di output chiari e snelli per i diversi reparti aziendali.
Inserire i KPI all’interno della reportistica per avere un quadro immediato della situazione

Risultati

- Confronto nei meeting utilizzando la medesima risorsa dati
- del numero dei file ricevuti
- Imparare ad utilizzare al massimo le informazioni in proprio possesso
- Invio delle informazioni ad-hoc
- Risparmi di tempo ed ottimizzazione del lavoro

Come Lavora

Iniziare un nuovo rapporto lavorativo non è mai facile, né per chi compra né per chi offre.

Chi si affida al Professionista Del Dato lo fa principalmente per i seguenti motivi:

1. Mancanza di competenze interne nella gestione dei dati di vendita:
   - Acquisizione Dati
   - Elaborazione Dati
   - Output
2. Sgravare una risorsa interna da questa attività, che solitamente la sta svolgendo in concomitanza con un'altra mansione
3. Necessità di acquisire una figura che analizza i dati di vendita dovuta all'incremento delle vendite
4. Necessità di acquisire una figura che analizza i dati di vendita a causa di mancanza di controllo su decisioni strategiche

Avere ben chiaro qual è il valore aggiunto che può fornire il Professionista Del Dato alle attività è semplice perché vengono trattati argomenti molto concreti e specifici.

Capire come verranno affrontati e quale sarà l'effettivo risultato un po' meno.

Lavora utilizzando il sistema "**Piccolo Lavoretto**" che prevede 3 step:

1) Appuntamento telefonico per verificare le necessità del cliente
2) Appuntamento di persona per:
   a. Analizzare meglio le richieste
   b. Ordinarle per Importanza e velocità d'esecuzione
   c. Assegnare un piccolo lavoro da sviluppare per concretizzare nella pratica quanto le competenze del Professionista Del Dato possono essere utili
3) Secondo Appuntamento di Persona: Consegna del lavoro, condivisione e verifica della possibilità di iniziare un nuovo rapporto di lavoro

Quanto Costa?

Il Sistema "**Piccolo Lavoretto**" non prevede un costo economico. In termini di tempo un massimo di 2 mezze giornate.

*Se il Piccolo **Lavoretto** va bene, cosa succede?*

Si procede alla definizione del progetto e alla stesura del contratto.

Testimonianze

Tra le varie testimonianze troverai diverse figure lavorative anche della stessa società, visto che il ruolo del Professionista Del Dato si interfaccia con più profili.

Rossella Destino; Ruolo: Country Manager Toshiba Italy; Azienda: Toshiba Europe Gmbh



La collaborazione con il Professionista Del Dato è iniziata nel 2007 a seguito della necessità di implementare un sistema di reportistica che ci permettesse un controllo più efficiente e realistico dei livelli di stock presso i nostri clienti.

Nel corso degli anni, grazie ai continui suggerimenti volti a migliorare i processi interni e alla grande disponibilità mostrata di fronte a richieste e necessità sempre più complesse, il progetto si è molto ampliato rispetto all'idea originale.
Oggi abbiamo a disposizione una reportistica completa e differenziata per diverse tipologie di canale e di vendita:

- Analisi dello stock e delle vendite
- Termini & Condizioni di vendita e conseguente calcolo dei rebate
- Analisi di mercato

Immediatezza, facilità di lettura e possibilità di "riutilizzo" del dato per analisi ad-hoc caratterizzano il servizio fornitoci dal Professionista Del Dato, grazie al quale siamo oggi più veloci ed efficaci nella gestione del nostro business.

Fabio Spada; Ruolo: Pricing Analyst Coordinator; Azienda: DHL Express S.r.l.



Lavorare con Christian è stato un vero piacere sotto il profilo lavorativo e personale. Disponibilità e velocità della risposta (elementi che al giorno d'oggi sono fondamentali in un rapporto di lavoro) sono le caratteristiche principali che ho riscontrato in lui. Completano il profilo una grande competenza informatica e un'ottima attitudine all'analisi del dato e alla sintesi dello stesso. Complimenti.

Morris Biagi; Ruolo: Ebusiness & CRM Manager; Azienda: Toshiba Europe Gmbh



Collaborare con Christian è stato un vero piacere. Abbiamo lavorato assieme per un periodo di circa 8 anni. Christian è stato in grado di fornire sempre e tempestivamente report utili per il mio lavoro, soprattutto l'analisi del dato di sell out per la valutazione dei partner online e la serie di tool messi a disposizione per un'analisi frequente, mi ha semplificato molto la conoscenza dei mie partner e ha fatto in modo di controllare l'andamento in maniera sistematica, potendo in questo modo apportare tempestive correzioni nel modus operandi.
Inoltre, incredibile la capacità di pianificare gli sviluppi del dato con una roadmap di rilasci dell'applicativo.

Roberto Pozzi; Ruolo: Head of Sales and Marketing; Azienda: Toshiba Europe Gmbh (Divisione TV)



Ho Collaborato con Christian per diversi anni e devo ammettere che la sua velocità e la sua dinamicità' nei cambiamenti dei report a differenza delle richieste del mercato sono da ammirare. Come in tutti i business model sempre più' spesso ci si trova a dover implementare modificare correggere mensilmente i vari report/query , che grazie a Christian erano sempre perfetti e senza dover investire del tempo prezioso. Inoltre, quello che ho apprezzato di più' e' stata la sua pro-attivita' nel consigliare nuovi schemi / modi di lettura dati che davano punto sempre a nuove e positive riflessioni. La reportistica inoltre era di facile lettura e modificabile a nostro piacimento e molto precisa. Complimenti

Fausto Filipponi; Ruolo: Manager; Accenture Technology



Grazie al suo supporto sono riuscito a gestire diversi progetti in maniera agevole e con un notevole risparmio di tempo. E' sempre stato disponibile e proattivo a risolvere tempestivamente possibili criticità, grazie alla combinazione delle sue competenze informatiche, analitiche e di marketing.

Andrea Tomasini; Ruolo: Sales Account; Azienda: Nintendo Italia e BSH Elettrodomestici nella BU incasso relativa al marchio Bosch



La lettura dello scenario nel quale si opera è fondamentale nel mondo che cambia ad una velocità che solamente pochi anni fa sarebbe stata impensabile.
La mia professione mi ha portato, in 25 anni di "onorato servizio", ad essere in contatto con numerose aziende multinazionali (Commodore Italia, Verbatim, Mitsubishi, Sony Computer Entertainment, Compaq, Lexmark, Toshiba computer division) ed altrettanti professionisti nella gestione dei dati.
Con Christian ho avuto il piacere di collaborare nel recente periodo (8 anni circa) come sales account in Toshiba Italia.
Fornire i dati tempestivamente e chiaramente leggibili è sempre stata una qualità che ho potuto apprezzare nel rapporto instaurato con lui, ha saputo interpretare e tradurre le mie necessità (esposte spesso frettolosamente) e con tempi di risposta che per un commerciale sono determinanti per concludere una trattativa o fornire un servizio eccellente ad un cliente.
La conoscenza … fa la differenza.

Giovanna Sala; Ruolo: Operation and Sales Control Assistant; Azienda: Toshiba Europe Gmbh

Lavorare con Christian è stato un vero piacere.

Grazie a lui, alla sua competenza e ai suggerimenti che ha saputo condividere, a livello aziendale abbiamo potuto implementare diversi report che si sono rivelati di semplice lettura e hanno permesso di gestire in modo più snello e rapido la circolazione delle informazioni soprattutto nella reportistica di fine mese, rendendo in tal modo il mio lavoro più accurato e preciso di quanto non fosse stato in passato.

Ringrazio di nuovo per la splendida collaborazione.

Principali Obiezioni

Obiezione 1: Abbiamo già un CRM

I report di vendita sono di supporto alle attività tracciate nel CRM

Il CRM serve per tracciare tutti i rapporti e le interazioni di un'azienda con clienti potenziali ed esistenti.
I report di Vendita, danno informazioni aggiuntive sull'andamento delle vendite del cliente al fine di creare una strategia di vendita personalizzata.

Obiezione 2: Abbiamo già un software che traccia le vendite

I report di vendita acquisiscono i dati dai software di Business Intelligence al fine di creare reportistica personalizzata e facilmente utilizzabile

I software di Business Intelligence supportano in modo efficace le operazioni di raccolta dati. A livello di elaborazione dei dati, sono limitati alle informazioni disponibili all'interno del software.

L'inserimento di nuovi parametri richiede spesso alti costi e lunghi periodi di sviluppo.

Obiezione 3: Abbiamo già uno "smanettone"

I report di vendita possono fornire informazioni fondamentali. Per raccoglierle è necessario avere competenze mirate.

Disporre di una figura all'interno del proprio organico, che mentre fa altro, estrapola dei dati qua e la e li mette a disposizione della forza vendita, è sicuramente un buon segnale che fa capire che è importante monitorare "i numeri" di vendita dell'attività.

Solitamente la mansione è delegata ad una figura interna perché le dimensioni non permetto l'inserimento di una figura dedicata.

Il Professionista Del Dato può fornite il suo valore aggiunto fornendo assistenza a questa figura interna, sollevandola da eventuali lavori di reportistica e migliorando tutto il sistema della reportistica di vendita

Obiezione 4: I report vengono gestiti a livello centralizzato (Spesso all'estero)

I report di vendita centralizzati spesso non contengono informazioni fondamentali del mercato locale ed eventuali richieste richiedono lunghi tempi di elaborazione

I report di vendita sono un valido supporto alla reportistica gestita a livello centrale in quanto completano le informazioni del sistema centrale con quelle locali e hanno tempi d'aggiornamento in linea con le necessità di business.

Le informazioni aggiuntive non interferiscono in nessun modo con quelle del sistema centrale

Che cos'è e come funziona il Sistema di Guida



Prendere in carico una richiesta di Analisi dei Dati necessità di competenza e d organizzazione. Al fine di gestire nel migliore dei modi quest'aspetto, dopo anni d'esperienza in questo settore specifico, ho creato il sistema "Dati di Guida" permette di gestire la richiesta passo dopo passo, in maniera professionale ed organizzata.

Il sistema è un insieme ordinato di procedure altamente automatizzate, replicabili e trasferibili che generano reportistica comprensibile ed utilizzabile.

Il sistema fornirà un metodo di lavoro che copre gli aspetti principali dell'analisi dei dati, dal capire ed interpretare correttamente la richiesta, alle possibilità di sviluppo, le tipologie di output ed infine il rilascio con possibilità di back up.

Pubblicazione: 18 storie di numeri. “Una Semplice Cura Per Evitare Errori Colossali

Il Libro "18 storie di numeri" contiene una raccolta delle mie esperienze dirette, di come ha gestito particolari situazioni e gli strumenti che utilizza più frequentemente.

È un concentrato di più di quindici anni di lavoro, per spiegare al meglio le peculiarità di questa figura professionale e soprattutto di come può aiutare a gestire i numeri di marketing e vendita dell’attività al fine di aumentare i profitti e ridurre i costi!

All’interno, non vi sono analisi numeriche o calcoli di qualsiasi genere, perché l'unico risultato sarebbe quello di annoiarvi.



Le 18 Storie:

1) L'IT può sostituire un analyst?
2) Che lingua parli?
3) Categoria e Reparto
4) Limiti analitici di Microsoft Excel ed Access
5) Fai te, fa un tuo amico o faccio io!
6) Tutto si può fare
7) Quanto costa?
8) Se i numeri non tornano i "porconi" volano!
9) Fare centro al primo colpo!
10) Ci vuole Focus!
11) C'era una volta e forse ancora oggi...
12) I numeri tra 50 anni!
13) Le 4 tipologie di clienti
14) Chi si accontenta...muore
15) Se rinasco, rinasco come te!
16) Il genio del marketing e delle vendite
17) Vorrei ma
18) I Numeri del Web che interessano al tuo portafoglio

Pubblicazione: Prendere le decisioni di vendita senza essere un Veggente con i Report di Vendita

“L’ultimo forecast che ho fatto non avevo minimamente idea di quali numeri mettere.”

Da una prima chiacchierata con un Direttore Commerciale ho colto in questa frase la consapevolezza di quanto i Report di Vendita sono fondamentali per le aziende che vendono prodotti tramite Distributori, Retail e Online, senza essere dotate di un sistema di Report di Vendita che consenta di ottenere una visione globale dello Stock, Sell Out e Sell In.

Prendere Le Decisioni Di Vendita Senza Essere Un Veggente con I Report Di Vendita è una guida per chi ha compreso il valore di monitorare i propri risultati e dei Partners di Vendita, illustrando 20 anni d’esperienza sul campo attraverso benefici, criticità e miti da sfatare, fornendo un valido supporto a chi vuole affrontare questo progetto.



Prefazione
Introduzione
1. Lavorare nella stessa direzione
2. Il troppo, stroppia
3. Il Vero Valore Aggiunto!
4. L’Effetto Iceberg
5. Focus
6. Condivisione
7. 13 Benefici
8. 9 Miti da Sfatare
9. 10 Sfide da Superare
10. 4 Casi di successo
11. Conclusioni
12. Checklist – Dati di Vendita
13. Bonus
14. Altre Pubblicazioni
15. Glossario
Biografia

Seminario: Come ricevere i dati di stock e sell out in 1 solo file, Senza rodersi il fegato, Trasformando per sempre un problema in un sogno

Durante il seminario fornirò una soluzione per poter ricevere in un unico file tutte le informazioni di stock e sell out che hai sempre desiderato senza dover più impazzire tra mille file, risparmiando un sacco di tempo ed energie

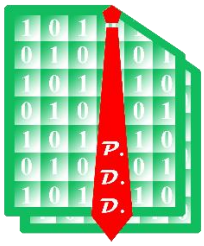
Il Seminario **NON È TECNICO** ed è dedicato a:

- Figure di Alta Direzione
- Direttore Commerciali
- Direttore Marketing





Professionista Del Dato



Policy

Professionista Del Dato



Policy: Cosa Ti Devi Aspettare

Esperienza

3 lustri d'esperienza maturata sul campo, in diversi settori e contesti.

Ogni azienda e settore ha le proprie logiche ed una volta acquisite queste informazioni, la metodologia con cui vengono acquisite, elaborate e inviate le informazioni rimane pressoché invariata.

Opinioni obiettive

La familiarità con l'azienda potrebbe portare ad escludere a priori soluzioni che invece dovrebbero essere almeno valutate prima di essere scartate.

Con noi puoi contare su un punto di vista autorevole di chi non è legato all'organigramma della tua azienda, che quindi non tenga in considerazione:

- resistenze personali al cambiamento
- paura di carichi di lavoro aggiuntivi
- paura che il miglioramento dei processi diminuisca il numero di dipendenti
- prospettive di carriera

Integrazione

I progetti e il modo di concretizzarli saranno sempre i migliori possibili per la tua situazione specifica. Ti daremo le nostre più imparziali opinioni, ma sceglieremo il modo di farti arrivare al risultato considerando tutte le tue particolari unicità: dipendenti, fornitori, clienti, mercato, capacità economica e velocità.

In questo booklet trovi le nostre politiche riguardanti:

- Confidenzialità
- Conflitto d'interessi
- Uso di esperti esterni alla nostra azienda
- I tuoi clienti
- I nostri 10 Valori Professionali più rappresentativi
- I 5 Valori Personali Più Rappresentativi

Confidenzialità

Nel rapporto con i nostri clienti veniamo a conoscenza di svariate informazioni privilegiate e confidenziali:

- Struttura e processi di vendita
- Margini, spese e fatturati
- Informazioni di accesso a luoghi e sistemi informatici
- Clienti, rivenditori, fornitori o dipendenti, attuali e potenziali

…e tanto altro.

Consideriamo ogni singola informazione ricevuta dai clienti come confidenziale.

Abbiamo lo stesso grado di cura nel preservarle e salvaguardarle come se fossero nostre, investendo per essere totalmente aderenti alle richieste del GDPR.

Nessuna informazione relativa alle attività di chi si confida con noi sarà mai pubblicata, divulgata, copiata o rivelata a nessun altro. Non verranno mai utilizzate al di fuori dell'unico scopo di fornire la miglior consulenza professionale possibile.

Trattiamo come confidenziali anche i termini e le finalità degli accordi fatti con i nostri clienti, così come

- Report
- Documenti
- Software

ecc…

Per il nostro marketing utilizziamo testimonianze e case study, ma chiederemo esplicitamente la tua disponibilità a farci da testimonial.

Eventualmente, dopo aver visionato il materiale, potrai darci l'approvazione formale tramite una firma su un apposito documento.

I nostri clienti non ci scelgono per avere accesso alle informazioni dei concorrenti, ma perché possono fidarsi di noi.

Conflitto d'interessi

Può capitare che nel rapporto tra il cliente e il consulente si creino dei conflitti d'interesse economico o di altra natura. Questo crea dei rischi per il cliente, come ad esempio che il consulente:

- Colluda con i concorrenti
- Orienti le scelte per interesse personale
- Abusi nel conteggio ore
- Imputi spese non necessarie o eccessive
- Gonfi le fatture
- Diffonda informazioni riservate

Noi ci impegniamo a operare sui più alti standard di professionalità, integrità, imparzialità, obiettività e trasparenza nel garantire la prestazione e proteggere gli interessi di ogni singolo cliente.

Ecco alcuni esempi di conflitto d'interessi in cui ci siamo trovati e che potrebbero ripresentarsi:

- Soluzioni da proporre
- Scelta di aziende da raccomandare al cliente
- Clienti in concorrenza tra loro
- Clienti in concorrenza con noi
- Dipendenti in concorrenza con il consulente
- Responsabili interni di progetto che si sentono minacciati
- Tensioni lavorative tra committente e suoi sottoposti
- Testimonianza in tribunale in caso di conflitto tra responsabili e subalterni

Come ci comportiamo in questi casi? "Dichiarazione d'interesse": ci impegniamo a segnalare tempestivamente al cliente tutti i possibili conflitti d'interessi che potrebbero sorgere durante lo svolgimento del progetto e a rispettare le sue volontà sul come comportarci.

Nel caso in cui scegliessimo di proporre al cliente i servizi di un partner con cui abbiamo accordi commerciali, rispetteremo sempre queste 2 regole:

- Il partner verrà consigliato solo perché ritenuto la scelta migliore nell'interesse del cliente. Selezioniamo i partner perché sono i fornitori migliori che conosciamo, non per massimizzare i nostri profitti.
- Il rapporto di partnership verrà sempre esplicitamente dichiarato.

"Politica anti corruzione": non accettiamo soldi, tecnologie, viaggi, regali o incentivi di qualsiasi genere da parte di aziende, agenti, appaltatori o subappaltatori, in cambio di qualsiasi tipo di vantaggio nei loro confronti.

Inoltre ci impegniamo a non sollecitare o approfittare di un'eccessiva ospitalità, disponibilità o apertura da parte delle persone coinvolte nel progetto tali che si sviluppino dinamiche compromettenti per l'obiettività e l'imparzialità del nostro operato.

Esperti esterni all'azienda

Nel miglior interesse dei nostri clienti e per offrire sempre lo standard qualitativo più alto, potremmo assegnare compiti specializzati ad alcuni esperti esterni alla nostra attività.

Sono persone selezionate negli anni per la loro reputazione, esperienza e professionalità e abbracciano i nostri stessi valori professionali.

Godono della nostra completa fiducia e hanno firmato un contratto che li obbliga al rispetto delle nostre stesse politiche di riservatezza, alla dichiarazione d'interesse in caso di conflitti e a non utilizzare subappaltatori.

Non diamo loro più informazioni del necessario per svolgere il compito assegnato, e in ogni caso non diamo mai informazioni confidenziali. Nel caso siano necessarie informazioni confidenziali per il miglior completamento dell'attività, presenteremo il nostro esperto al cliente che valuterà a suo piacimento se affidarsi e cosa rivelare.

I tuoi Clienti

I tuoi clienti sono il tuo capitale più pregiato e delicato.

In caso di contatto con i tuoi clienti ci adoperiamo al meglio delle nostre forze per proteggere i tuoi interessi, spendendo tutta la nostra professionalità per farti fare bella figura.

I 10 Valori Professionali Più Rappresentativi

- Il nostro scopo è generare R.O.I. per il cliente.
- La credibilità della nostra attività è il nostro più grande capitale, non agiremo in modo da rovinarla.
- Ogni volta che qualcuno ci sceglie sta rischiando qualcosa: un po' come azienda e un po' come persona. Faremo in modo che ne valga la pena.
- Crediamo nella creazione di processi e procedure. “Niente sveltine” (Cit. di un cliente).
- I clienti non sono cavie: gli esperimenti li facciamo per la nostra attività. Ai clienti mostriamo com’è andata.
- Teniamo sempre la riservatezza sui progetti dei nostri clienti.
- Parlare male del lavoro degli altri non ci fa sembrare più bravi.
- Il mondo cambia in fretta, non restiamo aggrappati ai nostri metodi senza metterli costantemente in discussione.
- La consulenza è un lavoro collaborativo con il cliente. L’autonomia della nostra figura e l’esperienza della nostra specializzazione sono al servizio della sua unicità.
- Entriamo per realizzare un progetto, usciamo lasciando un miglioramento duraturo.

I 5 Valori Personali Più Rappresentativi

- Onesta
- Dare sempre il massimo
- Passione
- Rispetto
- Essere se stessi

Professionista Del Dato

Professionista Del Dato - Contatti

Sede: Viale Giovanni Suzzani 19 – Milano

Email: Info@professionistadeldato.com

Telefono: +393889095702

Sito Web: www.professionistadeldato.com