ASLAN SALES TRAINING ITALIA

ESEMPIO ILLUSTRATIVO

Sales Capability Assessment
come si svolge e cosa restituisce

Questo documento mostra il funzionamento del test di maturità commerciale di ASLAN Italia: quattro scambi di una sessione e il report che ne deriva. Il profilo è inventato e serve a scopo illustrativo. Le domande vengono generate durante la conversazione in base alle risposte, quindi una sessione reale segue un percorso diverso. Restano identici in ogni sessione le aree valutate, i criteri di valutazione e la scala dei punteggi.

QUATTRO SCAMBI DELLA SESSIONE

ASSISTENTE

Prima di incontrare un cliente nuovo, cosa fai di concreto per prepararti? Raccontami l'ultima volta.

RISPOSTA

Guardo il sito, il bilancio se è pubblico, cerco notizie recenti sul settore. L'ultima volta era un produttore di componenti per l'automotive e avevo visto che stavano investendo su una nuova linea, quindi sono arrivato con domande su quello.

ASSISTENTE

Durante quell'incontro il cliente ti dice: la situazione sta migliorando. Cosa rispondi?

RISPOSTA

Gli chiedo cosa intende, perché migliorare può voler dire tutto. Volevo capire se parlava di volumi, di marginalità o di tempi di consegna.

La domanda nasce dalla risposta precedente: il caso proposto riprende il settore e la situazione descritti dal partecipante.

ASSISTENTE

Un Direttore Operations che non ti conosce ti concede 30 minuti e apre così: dimmi cosa fate e perché dovrei scegliere voi. Come imposti quei primi minuti?

RISPOSTA

Gli chiedo come gestiscono oggi la manutenzione, quanti fermi linea hanno avuto nell'ultimo anno e chi segue internamente la questione. Da lì capisco dove possiamo essere utili.

ASSISTENTE

Lui risponde e poi ti chiede: quindi cosa proponete? Cosa dici a quel punto?

RISPOSTA

Gli porto il dato che abbiamo: sui nostri impianti il costo di manutenzione scende mediamente del 18% nei primi due anni. È un numero che di solito colpisce.

1. PROFILO SINTETICO

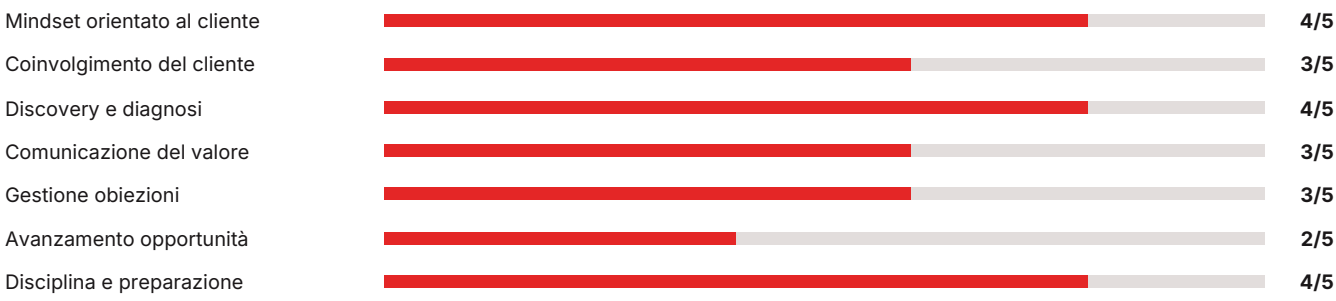
Ruolo	**Key Account Manager**
Settore	**B2B, macchine industriali**
Tipo di vendita	**Consulenziale, cicli medio lunghi**
Esperienza	**5 anni**

2. PUNTEGGIO COMPLESSIVO

66 **/ 100 · Solido**

Somma di 23 punti su 35 riportata su scala 0-100. Livelli: 0-39 puoi migliorare, 40-59 in crescita, 60-79 solido, 80-90 avanzato, 91-100 eccellente.

3. PUNTEGGI PER AREA



4. PUNTI DI FORZA OSSERVATI

Preparazione prima dell'incontro

Raccogli dati sul cliente e sul mercato e costruisci domande mirate sulle sue priorità. Arrivi all'incontro con un punto di vista già formato, e questo costruisce credibilità fin dai primi minuti.

Capacità di approfondire

Quando il cliente ha detto che la situazione stava migliorando, hai chiesto cosa significasse concretamente per lui invece di prenderlo come un segnale positivo e passare oltre. Stessa cosa sulle commesse automotive: hai cercato di capire cosa implicavano operativamente. Lasci che sia il cliente a riempire il quadro.

Postura davanti alla difficoltà

Con il cliente che aveva ridotto gli ordini hai riconosciuto la sua situazione e lo hai ringraziato per la trasparenza prima di fare domande. Questo abbassa la tensione e apre la conversazione.

Orientamento alle domande

In più momenti hai scelto la domanda al posto della presentazione. Nella fase esplorativa è il comportamento che tiene la guida della conversazione.

5. GAP PRINCIPALI

Gap 1. Apertura con un decisore nuovo

Davanti alla richiesta diretta del Direttore Operations hai risposto con una serie di domande prima di esserti guadagnato il diritto di farle. Un decisore che ti ha concesso 30 minuti si aspetta di capire subito perché vale la pena parlare con te. Senza quel passaggio le domande vengono percepite come raccolta di informazioni a tuo vantaggio.

Quando sei arrivato al valore il passaggio è stato brusco: dalle domande a una statistica sui costi di manutenzione, senza collegare il dato alla situazione di quel cliente. Il messaggio suona come una presentazione standard invece che come una risposta al suo problema.

> **PERCORSO CONSIGLIATO**
> Other-Centered® Selling (OCS). Lavora sulla struttura dell'apertura con decisori nuovi e sulla sequenza tra credibilità, domande e comunicazione del valore, quindi copre la gestione dei primi minuti con chi ancora non ti conosce.

Gap 2. Chiusura senza impegno concreto

In nessuna delle situazioni proposte hai definito un passo successivo specifico, né con il cliente storico che stava riprendendo a investire né con il decisore nuovo. Con un interlocutore che dichiara di voler potenziare la linea produttiva nei prossimi 18 mesi c'è un'opportunità da qualificare, e fermarsi alle domande esplorative la lascia in sospeso.

> **PERCORSO CONSIGLIATO**
> ASLAN+. Qui il tema è l'esecuzione più della conoscenza: la piattaforma permette di allenarsi su scenari realistici con simulazioni ripetute e feedback immediato, fino a rendere il comportamento automatico nelle conversazioni reali.

6. AZIONI DI SVILUPPO PRIORITARIE

1. **Guadagna il diritto di fare domande**
   Nei primi minuti con un decisore che non ti conosce, apri con il problema che vedi nella sua situazione e con un elemento che lui non aveva considerato, poi proponi l'agenda e chiedi conferma. Il segnale che funziona: il decisore accetta la tua agenda e inizia a raccontare prima che tu glielo chieda.

2. **Chiudi ogni incontro con un impegno datato**
   Prima di entrare decidi quale impegno vuoi ottenere, e negli ultimi minuti proponi il passo coerente con il punto in cui si trova il cliente. Il segnale che funziona: il cliente indica una data e dice chi coinvolgerà, invece di rimandare a un contatto generico.

Il risultato è preliminare e può variare in funzione dello stato di attenzione del partecipante al momento dell'assessment. Il test è uno strumento di orientamento e si colloca prima di un assessment professionale. Per approfondire i risultati o avviare un percorso di sviluppo: info.italia@aslantraining.com

ASLAN Sales Training Italia di Stefano Beretta · P.IVA 14315970963 · www.aslansalesitalia.it · Documento illustrativo generato tramite assistente basato su intelligenza artificiale. Ha scopo puramente informativo e non costituisce consulenza professionale personalizzata.