

DISTRIBUZIONE E VENDITA

Introduzione. Si intende con vendita la cessione di beni o servizi tesa a risolvere i problemi di chi acquista o soddisfarne le necessità. Il processo di vendita può variare grandemente a seconda dell'utente, del "canale" di vendita e del tipo di bene o servizio che viene ceduto. La moderna visione del commercio individua, infatti, nella "soluzione delle richieste del cliente" la vera funzione della vendita più che nel puro e semplice scambio merce-denaro.

Il processo di vendita comprende anche tutta una serie di operazioni e di procedure oggi raggruppate sotto il nome di "qualità" tese alla sempre maggiore "soddisfazione del cliente". Questo non soltanto per ciò che riguarda il prodotto, ma anche le garanzie postvendita e l'assistenza tecnica. Ogni azienda deve garantire in modo sempre più puntuale e preciso il *servizio postvendita* per poter sopravvivere in un ambiente che tende, ogni giorno maggiormente, alla "perfezione del servizio". Anche nel caso del post-vendita, le tipologie di lavoro e di vicinanza al cliente sono differenziate secondo ciò che viene venduto. In qualsiasi caso l'importante è la tempestività di risposta, la capacità di far percepire al cliente che il processo di vendita, per quanto importante, non si è esaurito quando il bene o il servizio è stato ceduto, ma che il venditore è in grado, continuamente, di essere al servizio del cliente per risolvere le sue necessità. Si riconosce in ciò la necessità di far sorgere le catene di assistenza, i punti di giacenza dei pezzi di ricambio originali, con relativo personale specializzato per garantire i tempi minimi di riparazione o sostituzione e risposte affidabili e tempestive.

Vendita al dettaglio Nella vendita al dettaglio il "contratto" è formalizzato nella richiesta di merce e concluso con il pagamento (si pensi per esempio all'acquisto di una rivista all'edicola oppure ad un elettrodomestico o un personal computer). In tale caso non esiste logicamente né assistenza né postvendita.

Vendita di un servizio. Si consideri, per esempio, l'allacciamento di una linea telefonica. In tale caso si ha già una differenziazione rispetto a quanto visto sopra : il "contratto" è effettivamente sottoscritto e firmato fra le parti, si concordano tempi di realizzazione e modalità di esecuzione ed è inoltre necessario che da parte di entrambi i contraenti vengano rispettati alcuni standard, sia pur minimi, onde realizzare correttamente quanto viene richiesto. Esiste pertanto una fase di progettazione concordata e uno schema realizzativo per ciò che riguarda i tempi. Per tale motivo il fornitore deve organizzare una "squadra" che realizzi l'opera.

Vendita di un impianto industriale. Si consideri, per esempio, la vendita di uno zuccherificio. Vendere un tale impianto significa istituire un gruppo di persone complesso e organizzato che deve valutare fin dall'inizio vantaggi, svantaggi, rischi e sicurezze che la eventuale acquisizione di un tale ordine può comportare per la società che lo ottiene. Il gruppo di lavoro pertanto potrà incorporare tecnici progettisti, persone dedicate all'area finanza, persone di logistica, specialisti dedicati al montaggio delle varie parti del sistema, disegnatori, collaudatori (di singole parti e del sistema nel suo complesso) ed eventuali altre funzioni dedicate espressamente al progetto specifico. Il gruppo viene coordinato dal "team leader" che sarà il venditore responsabile verso il cliente. Una tale vendita implica uno sforzo notevole anche in termini di tempo e un impiego di risorse specifiche da dedicare al progetto, sia prima sia dopo la eventuale stipula del contratto, onde prevedere fin dall'inizio quali possibili modifiche occorrerà apportare, già nell'arco dell'installazione dell'impianto, per concludere al meglio la messa in funzione del sistema.

