

<b>GUIDA ALL'INCENTIVAZIONE DEI VENDITORI</b>		
Introduzione		Pag. 3
<b>Capitolo 1: il CONTESTO</b>		
1.1	Il rapporto sui sistemi di incentivazione dei venditori	Pag. 6
1.2	Il compensation mix	Pag. 11
<b>Capitolo 2: la METODOLOGIA</b>		
2.1	Il modello di progettazione del sistema di incentivazione	Pag. 15
2.2	I passi operativi	Pag. 17
2.2.1	Identificare parametri ed indicatori	Pag. 17
2.2.2	Definire la struttura del sistema	Pag. 21
2.2.3	Stabilire gli obiettivi	Pag. 24
2.2.4	Determinare il montepremi variabile	Pag. 26
2.2.5	Il sistema di incentivazione in autofinanziamento	Pag. 29
<b>Capitolo 3: ESEMPI</b>		
3.1	Esempio 1: incrementare le vendite	Pag. 33
3.2	Esempio 2: lancio di un nuovo prodotto	Pag. 35
3.3	Esempio 3: incentivare le vendite e sostenere il gioco di squadra	Pag. 36
3.4	Esempio 4: incentivare prestazioni superiori in autofinanziamento	Pag. 38
3.5	Esempio 5: Supportare il cambiamento da mono-prodotto a multi-prodotto	Pag. 40
3.6	Esempio 6: favorire l'integrazione tra l'area commerciale e la supply chain	Pag. 42
3.7	Esempio 7: costruire una relazione di lungo periodo con i clienti	Pag. 44
<b>Capitolo 4: RISORSE</b>		
4.1	La gestione del sistema	Pag. 48
4.2	Esempi di KPI (key performance indicator)	Pag. 51
4.3	Schede di benchmark	Pag. 52