

## **"Il responsabile commerciale in azienda: un ruolo sempre più a rischio?"**

Milano - "Questa è la storia di uno di noi..." inizia così l'introduzione del lavoro di ricerca effettuato da Gianfranco Lanfredini, raccolto nel libro presentato oggi alla stampa e alle figure commerciali aziendali.



L'autore propone una innovativa metodologia, definita dei "tre valori percepiti", mediante la quale i commerciali possono superare con concrete soluzioni le attuali difficoltà del mercato sfuggendo così all'orientamento che li porta spesso a cadere nella trappola del "prezzo-più-basso".

In 12 capitoli Lanfredini conduce un'analisi dettagliata sulle difficoltà in cui si dibattono molti responsabili commerciali, analizza soluzioni ed espone suggerimenti, inserendoli nella realtà operativa di una impresa italiana.

Le diverse sezioni sono costruite come fac-simile di riunioni aziendali, con documentazione a supporto, appunti e considerazioni. In questo modo, il libro assume anche una valenza di manuale e offre la possibilità ai lettori di trarre spunti utili per il loro lavoro.

Ogni capitolo è dedicato a una serie di argomenti. In particolare, il primo capitolo "Scrivere vale più di parlare" si prefigge di far nascere il dubbio nei protagonisti e orientarli al cambiamento di comportamento.

Nel capitolo 2 viene introdotta la metodologia "I tre Valori Percepiti". Si parla della mappa dei clienti, un nuovo strumento operativo per la gestione della propria attività commerciale, che diventa più efficace in te

[Discuti](#) [Aggiungi questo link a...](#) [Bury](#)