



 sugarcrm |  sales-i

Il “Focus Gap” ti sta costando vendite – ecco come risolverlo

Come sbloccare il 7% di crescita dei ricavi, nascosto nel tuo ERP

Nel settore manifatturiero, distributivo e all'ingrosso, i venditori sono sopraffatti ed i responsabili commerciali temono che non stiano dando priorità alle giuste opportunità.

È una sfida classica nelle vendite: dove dovrebbero concentrarsi i venditori per ottenere i migliori risultati? Le risposte sono nel tuo ERP, ma sono nascoste. I venditori finiscono per concentrarsi su ciò che è visibile: i clienti che hanno ordinato di recente, quelli che mandano più email o quelli che generano il maggior fatturato.

Questa è il focus gap – la distanza tra gli account che ricevono attenzione e quelli che la meritano davvero. È così che si perdono riordini, si bloccano le trattative e si riduce la quota di mercato – tutto sotto i nostri occhi.

HAI UNA FOCUS GAP SE:

Il 70% delle attività dei venditori si concentra sui principali 10 clienti

Il 40% dei clienti, non viene contattato da oltre 90 giorni

Solo 1 venditore su 5 sa identificare i clienti a rischio di abbandono

Le priorità si basano sull'**istinto** più che sui dati

Modelli d'acquisto nascosti nel tuo ERP

Chiudere il focus gap significa spostare l'attenzione del team da segnali superficiali (ultima email, fattura più alta) a **comportamenti d'acquisto reali**.

Ecco i modelli contenuti nel tuo ERP che prevedono i ricavi futuri:



Riordino mancato: Un rivenditore di ricambi auto che ordinava 200 filtri olio e 150 candele ogni mese non ha ordinato nulla negli ultimi 90 giorni.



Cadenza degli ordini: Un distributore HVAC ordinava 120 tubi in rame ogni 4 settimane, ma ha effettuato un solo ordine negli ultimi due mesi.



Gap nel carrello: Un fornitore di imballaggi acquista regolarmente 80 rotoli di film termoretraibile, ma non ha mai ordinato sigillatrici o dispenser di nastro adesivo.



Trasforma i dati ERP in segnali di ricavi quotidiani

Il tuo ERP è la fonte unica di verità commerciale. **Le fatture non mentono.** Quando un'azienda valuta un'acquisizione, la prima cosa che guarda è l'ERP: in pochi minuti rivela rischi di concentrazione, cali di margine e dipendenza da SKU.

La tragedia? Queste informazioni preziose restano nascoste al team che potrebbe usarle. Il tuo ERP mostra già, transazione per transazione, **chi sta rallentando, chi sta crescendo silenziosamente, e dove si stanno formando perdite di margine** – ma il 99% di questi segnali non arriva mai ai venditori.

Esempi di verità sprecate:

L'allarme di abbandono clienti, che nessuno sente

La cadenza degli ordini si allunga da 28 a 41 giorni.

La vendita incrociata mancata

Il cliente compra la macchina ma non l'accessorio ad alto margine.

Il rischio di concentrazione in bella vista

Il 38% dei ricavi dipende da un singolo contratto OEM.

TROVA IL DENARO NASCOSTO IN BELLA VISTA

Puoi rilevare queste opportunità perse in pochi secondi con sales-i. Si collega al tuo ERP – nessun bisogno di cambiare piattaforma – e in soli 30 giorni i venditori sanno dove concentrarsi per aumentare i ricavi. sales-i mette in evidenza i modelli d'acquisto in una lista di azioni quotidiane – senza query SQL – così i venditori agiscono sugli stessi dati affidabili che usano anche gli investitori.



Svela le perdite di ricavi silenziose che i rappresentanti ignorano

I direttori vendite non si lamentano della mancanza di impegno – ma della mancanza di attenzione. I venditori inseguono i prospect più rumorosi e i brand più grandi, mentre le perdite silenziose erodono i margini. sales-i fa luce su segnali nascosti di abbandono, in modo che il tuo team possa chiudere le falle prima che appaiano nei numeri.

SU COSA SI CONCENTRA OGGI IL TEAM	SU COSA DOVREBBE CONCENTRARSI
Account con attività recenti	Clienti con volumi d'ordine diminuiti del 15% questa settimana
Prospect rumorosi che chiedono attenzione	Clienti silenziosi che non comprano SKU-B dopo aver acquistato SKU-A
Numeri di fatturato complessivo	Crescita per categoria rispetto al trimestre precedente
Contatti a freddo su nuovi lead	Lista chiamate auto-generata, ordinata per rischio di abbandono
Preparazione manuale prima di ogni chiamata	Riepiloghi di Clienti, automatizzati con insight ERP
Intuizione + report Excel	Vendita guidata basata sulla cronologia e sui modelli d'ordine



Focus su vendite fresche

Country Fare Foodservice è uno dei principali grossisti di alimenti e bevande del Regno Unito, che consegna ogni giorno 12.000 prodotti a ristoranti, caffè e catering. Per individuare i cambiamenti nelle abitudini d'acquisto, utilizza sales-i, una soluzione che trasforma i dati ERP in insight commerciali.

Prima di sales-i:

Nel settore dei prodotti deperibili, non rilevare un cambiamento nei comportamenti di acquisto può significare sprechi, ricavi persi o clienti persi. Il team commerciale aveva bisogno di uno strumento più rapido per rilevare questi segnali – ma i processi di analisi erano manuali, lenti e reattivi.

Dopo sales-i:

Con sales-i, i venditori hanno visibilità immediata sul comportamento dei clienti – dai gap nei prodotti alle tendenze annuali e ai cali improvvisi di ordini. Il team può agire proattivamente, scoprire nuove opportunità e lavorare con più fiducia e meno lavoro manuale.

“Gran parte del nostro successo nelle vendite è dovuto a sales-i. È così integrato nel nostro lavoro quotidiano che sarebbe come lavorare senza martello o cacciavite.”

— GARETH ROBERTS, ACCOUNT MANAGER, COUNTRY FARE

RISULTATI

40%

di crescita dei ricavi dai clienti esistenti

21%

di crescita totale dell'azienda

20%

di efficienza grazie a report automatizzati



Piano d'azione in 30 giorni

Chiudi il focus gap senza nemmeno guardare un report ERP. Con sales-i attivato, i rappresentanti ricevono avvisi quotidiani su rischi e opportunità che il tuo ERP ha già tracciato per anni.

QUANDO	COSA SUCCede	CHI LO FA	PERCHÉ È IMPORTANTE
Giorno 1 Connessione (20 min)	L'IT attiva il connettore in sola lettura di sales-i al tuo ERP: nessun file da esportare, nessuna query SQL.	Amministratore IT	Configurazione una tantum – senza interruzioni.
Giorno 2 Costruzione baseline	sales-i indicizza automaticamente 2 anni di fatture e imposta frequenza, margine e mix "normali" per ogni account/SKU.	Motore sales-i	Crea benchmark che nessuno ha tempo di costruire manualmente.
Giorno 5 Primo dashboard rischi	I manager ricevono una dashboard live con: <ul style="list-style-type: none">• Account con >10% calo di frequenza d'ordine• Erosione margini >2 punti• Principali gap di carrello	Manager commerciali	Visibilità immediata dei ricavi a rischio – senza report manuali.
Giorno 7 Liste di azione per rep	Ogni account manager riceve una lista quotidiana di 20 account da contattare, con riepiloghi già pronti.	Account Manager	Trasforma i dati in chiamate quotidiane – protegge la pipeline prima della chiusura.
Giorno 14 Prime vittorie pilota	Il team pilota avvia attività per "salvare la vendita" e recupera ordini persi.	Account Manager	Dimostrazione rapida che il sistema si ripaga da solo.
Giorno 30 Scalabilità e misurazione	Dashboard live con: <ul style="list-style-type: none">• Ricavi recuperati• Margine/spreco salvati• Tempo risparmiato sui QBR Roll-out completo.	CS + RevOps	Il focus gap è chiuso, il processo è stabile, la crescita aumenta nel trimestre.

Scopri cosa il tuo ERP sta cercando di dirti da tempo.

[PRENOTA UNA DEMO](#)