

Elogio alla schedina clienti

Non cesseremo mai di decantare i vantaggi grandissimi che ci possono essere dati da uno schedario clienti ben aggiornato. E' soltanto da questo importante strumento di controllo che noi possiamo avere una quantità di utili suggerimenti che ci rendono padroni della situazione.

Nelle schede clienti compaiono diverse voci, tutte straordinariamente importanti. Iniziamo dagli indirizzi; il recapito preciso del cliente mette l'agente in grado di conoscere gli effettivi responsabili degli esercizi visitati e di poter indirizzare sempre qualsiasi pratica al più diretto interessato. La raccolta completa degli indirizzi di una certa zona mette in grado inoltre la direzione di effettuare tutte quelle indagini e quegli studi che le moderne tecniche di vendita possono suggerire. Inoltre è solo avendo in mano i nominativi esatti di una zona che le azioni di vendita possono essere affiancate convenientemente con azione di pubblicità diretta.

Se poi lo schedario clienti viene aggiornato continuamente e diligentemente l'aumento dei nominativi ci può indicare se una zona è in espansione oppure subisce un fenomeno di esodo continuativo. D'altra parte la percentua-

le di cambi di proprietari negli esercizi esistenti denuncia inequivocabilmente il grado di instabilità commerciale di una zona; ovviamente, perchè questo studio e queste considerazioni generali possano essere fatte da parte della direzione, è indispensabile che lo schedario clienti sia continuamente aggiornato con la collaborazione di tutti i Sigg. Capi-gruppo.

L'insieme dei consumi di caffè di ogni cliente ci dà la capacità d'assorbimento di una determinata zona; è questo un dato importantissimo sia per l'organizzazione che per la valutazione del venditore che opera in quella certa area di mercato. E' infatti bravissimo il venditore che vende 9 in una zona dove si può vendere 10, è pessimo un venditore che vende 15 dove si può vendere 100.

L'attento esame dell'assorbimento dei vari comuni permette eventualmente di scartare dai nostri circuiti di vendita località remote che potrebbero darci una redditività insufficiente. Ovviamente, il nostro traguardo è quello di servire il cliente per tutto il suo consumo globale ma, per ottenere questo, dobbiamo conoscerli perchè solo così noi sapremo presso quali clienti vale la pena di insistere avendo ancora spazio da guadagnare, presso quali altri il tra-