

## FOOD & BEVERAGE ITALIA: UNIVERSO GROSSISTI

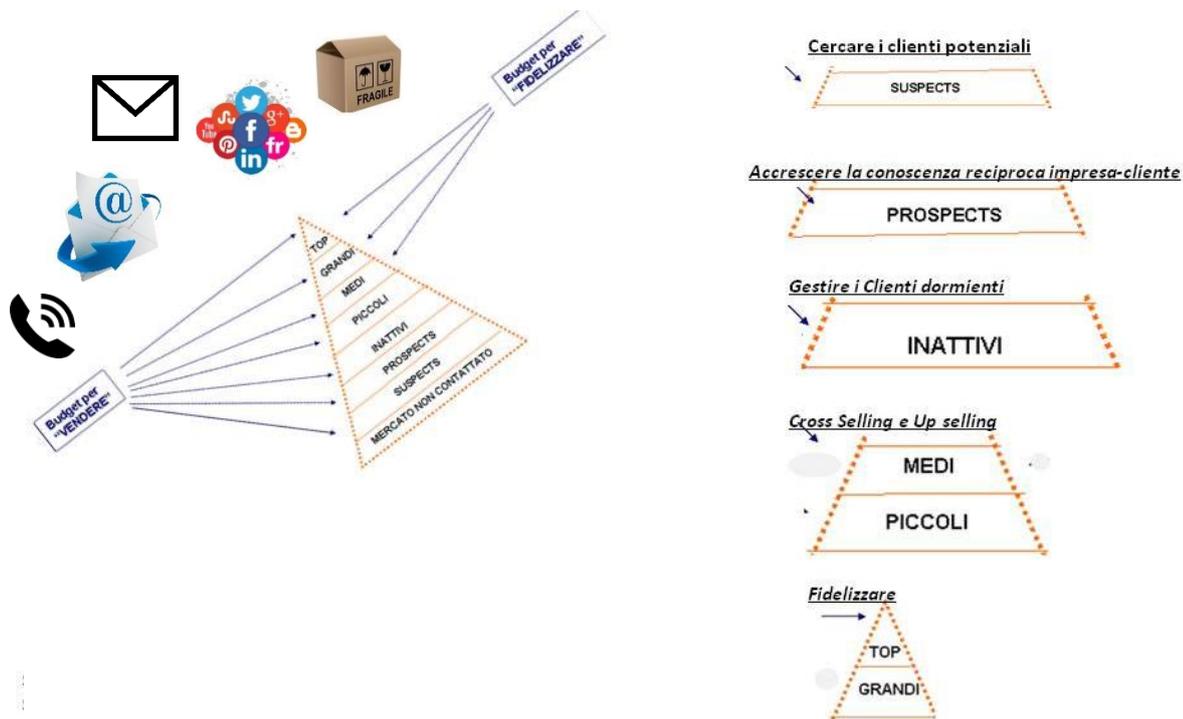
Che gli operatori del Canale Ingrosso Food & Beverage continuino a svolgere una funzione strategica nei Canali del dettaglio tradizionale e dei locali Ho.re.ca, lo confermano i dati di Mercato e le più Autorevoli Ricerche di mercato.

La profonda e organizzata conoscenza del Canale Ingrosso è utile dunque oltre che per seguire l'evoluzione ed i trend del Canale,

- per **finalizzare strategie e politiche di trade marketing**,
- per individuare **opportunità di sviluppo della copertura territoriale e di Canale**,
- per **Gestire i Clienti Acquisiti** avviando **azioni di Recupero** verso **Inattivi**, **azioni di Cross Selling** verso **clienti Mono prodotti**, **Fidelizzare i Top Client e Acquisire Nuovi Clienti** anche in categorie di prodotti complementari e sinergici.

E' necessaria dunque gestire quotidiane attività di Customer Marketing, in funzione del "Ciclo di Vita dei Clienti".

### Il Marketing funzionale al Ciclo di Vita dei Clienti



**Avviare un'azione che porti all'approfondita conoscenza delle singole realtà appartenenti al Canale Ingrosso**, in merito ai **loro mercati di sbocco prevalenti** (Normale trade, horeca, gdo, ..) , **ai prodotti che trattano, ai Fattori Chiave Ricercati nei propri Fornitori** (Prezzo, qualità, ampiezza di gamma, tempi di consegna, ..) **sono informazioni utili ad identificare, classificare e valutare ciascun Grossista e valorizzare le potenzialità sviluppo.**

Uno dei Manager, tra i più Autorevoli Brand con strategia Marketing Oriented , **COCA-COLA ITALIA** per intenderci, **ha recentemente dichiarato e confermato L'importanza del canale Ingrosso nelle strategie di Delivery:**

*"il legame con in grossisti va intensificato coinvolgendoli di più,....  
Abbiamo quindi creato un gruppo ad hoc pronto a far fronte alle  
necessità dei grossisti e tenendoli sempre al corrente delle novità..."*

E ancora

*"... abbiamo un team di 30 persone dedicato al telemarketing, che  
fornisce supporto alla forza vendita nella gestione degli ordini, al fine di  
incrementare la frequenza di contatti e migliorare la **relazione**.."*

Ecco dunque che il **Telemarketing** e tutti gli strumenti di **Direct Marketing**, sono gli ingredienti che Supportano la comprensione dei bisogni e la loro trasformazione in requisiti "Guida" per la formazione dell'offerta di prodotto e servizio dell'Impresa di Produzione.

I dati provenienti direttamente dal Mercato Food & Beverage confermano come in Italia il **grossista si trovi oggi ad operare in un contesto molto articolato e competitivo**, per questo il **Customer Marketing** risulta alla base della strategia delle imprese di produzione per identificare e attrarre nuovi clienti, selezionando correttamente i nominativi sui quali concentrare lo sforzo commerciale **facendo un efficiente uso delle tecniche di database marketing per la Selezione dei Target, la Individuazione dei Suspect e la Qualificazione dei singoli Prospect.**

Infatti due distinti **sono i cicli dell'azione commerciale** : quello di **Fidelizzazione** e quello di **Attrazione**.



**Sales Maker** è una Società specializzata in interventi Marketing e Vendite per il settore Food & Beverage – [www.foodsales.biz](http://www.foodsales.biz)

Quotidianamente a contatto con il Trade, lavora affiancando realtà in ambito produttivo, per strutturare interventi per **Vendere con Profitto**.

Strategia e metodologia che indichino dunque, in modo sistematico, come raccogliere, strutturare e rendere traducibile in vantaggio competitivo la conoscenza del cliente, fornendo allo scopo strumenti Tattici (New Leads), e strumenti Strategici (analisi dei dati) , questa la Mission di Sales Maker.

Sales Maker  
Via Molino, 2 (Ang. Viale Cadorna)  
21052 Busto Arsizio (VA)  
Tel: 0331-677894  
[www.foodsales.biz](http://www.foodsales.biz)

---