



## GRANDE SUCCESSO PER IL PRIMO SALES COMPENSATION SUMMIT IN ITALIA LANCIATO DA AKERON

*Le nuove frontiere della forza vendita aziendale al centro dell'evento che ha riunito a Milano circa 100 manager in rappresentanza di 58 grandi aziende*

Lucca (LU), 10 dicembre 2024 - L'integrazione tra tecnologia avanzata e strategie commerciali può generare risultati straordinari nella compensazione variabile. Gli esempi di successo sono stati discussi e analizzati nel corso del **primo Sales Compensation Summit in Italia**, promosso da **Akeron**, leader nel mondo del Sales Performance Management insieme a partner di alto livello come il **Commercial Excellence Lab di SDA Bocconi, Microsoft, Bain & Company e Haier**. Focus dell'evento è stato il confronto tra manager e leader di azienda, per esplorare il tema sempre sfidante dell'incentivazione come leva strategica per raggiungere gli obiettivi aziendali, e non essere vista solo come un esercizio numerico.

Secondo i dati di un ricerca Gallup rielaborati da Akeron in occasione dell'evento, oggi il 72% dei venditori si sente disconnesso dal proprio lavoro e demotivato. Una delle cause principali risiede proprio nei piani di compensazione, che spesso non sono chiari o non rispecchiano i loro sforzi, influenzando negativamente su performance e motivazione. Inoltre, molte aziende stanno passando dalla vendita di prodotti alla vendita di servizi aggiuntivi intorno al prodotto, un trend chiamato servitization. Questo richiede nuove strategie di vendita e nuovi approcci per gestire le performance e remunerare quindi i venditori su più fronti.

Da qui è partito il dibattito all'Hotel dei Cavalieri di Milano tra i **7 relatori** sul palco e un pubblico di **100** persone in rappresentanza di **56 grandi aziende provenienti dai dipartimenti aziendali in qualche modo coinvolti nelle vendite**, come: Finance, HR, Sales, Operations, Commercial Excellence, IT, Sales. L'obiettivo di questo primo evento di caratura nazionale è stato quello di portare alla ribalta il valore strategico del processo di incentivazione variabile, trasformandolo da una quotidianità fatta di calcoli e reportistica, a un livello ben più strategico volto alla costruzione e diffusione di una cultura che favorisca eccellenza, coordinamento e impegno nelle aree più strategiche di un'organizzazione: sales, HR e finance.

*"Il Sales Compensation Summit rappresenta un'opportunità unica per esplorare e mettere in luce le nuove frontiere di come le tecnologie emergenti, inclusa l'Artificial Intelligence, stiano trasformando profondamente il settore delle vendite" - ha dichiarato Manuel Vellutini, Co-CEO di Akeron, in apertura del Summit. "La digitalizzazione non solo ottimizza i processi, ma permette alle aziende di costruire piani di incentivazione sempre più personalizzati, efficaci e in linea con gli obiettivi strategici. In questo scenario, l'innovazione tecnologica non è più un'opzione, ma una necessità per restare competitivi in un mercato in continua evoluzione. Un sistema di incentivazione efficace non solo stimola la produttività e l'entusiasmo della forza vendita, ma rappresenta anche una leva strategica per fidelizzare i talenti, riducendo il rischio di turnover e garantendo continuità e successo all'azienda".*

Sono poi intervenuti: **Paola Caiozzo, Commercial Excellence LAB - SDA Bocconi, Andrea D'Onofrio, Lead for Data & AI, Microsoft Western Europe, Anthony Marzetti, Product Strategy & Evangelism di Akeron,**



**Stefano Fenili, Partner at Bain & Company, Francesco D'Andrea, Commercial Excellence Director Europe – Haier Europe e Matthew Blanchard, Co-Founder of Sales Excellence Advisors Ltd.**

Il Sales Compensation Summit è stato lanciato per la prima volta per **offrire una visione completa sulle tecnologie emergenti e sull'evoluzione della forza vendita**, con un focus particolare su come la digitalizzazione e l'innovazione tecnologica stiano trasformando i processi di compensazione variabile. In particolare, si è discusso di come le aziende possano adattarsi a questi cambiamenti, sfruttando al meglio gli strumenti digitali per ottimizzare le strategie di incentivazione, migliorando così le performance dei propri dipartimenti commerciali.

*“ L'adozione di soluzioni digitali per la gestione di questi processi non solo diminuisce i costi amministrativi e riduce il rischio di errori, ma può aumentare l'efficacia e l'efficienza della azienda e della forza vendita. La digitalizzazione, ad esempio, favorisce l'integrazione e l'abbattimento dei silos organizzativi, aumenta il tempo produttivo delle reti per dedicarsi alla vendita, crea le condizioni per riuscire a gestire anche la motivazione intrinseca della forza vendita e predispone l'azienda alla scalabilità e la crescita delle reti senza un aumento dei costi gestione - ha spiegato **Paola Caiozzo, Commercial Excellence LAB – SDA Bocconi.***

Grazie a strumenti già in uso in azienda, come i comuni Power BI e Copilot, combinati con la tecnologia sviluppata da Akeron, è ormai possibile trasformare i dati in insight operativi. Inoltre, grazie al software **Vulki by Akeron**, le organizzazioni possono incentivare i comportamenti dei venditori e raggiungere gli obiettivi strategici in modo innovativo ed efficiente. L'evoluzione da assistenti digitali ad agenti digitali, che consente di rispondere in modo tempestivo alle esigenze del mercato, sta migliorando sia le performance aziendali che la soddisfazione del team di vendita. Le innovazioni emergenti e le più sviluppate applicazioni dell'IA offrono, infatti, nuove opportunità per personalizzare e rendere più trasparenti i piani di compensazione, garantendo maggiore motivazione e allineamento tra obiettivi aziendali e performance individuali. Le nuove tecnologie stanno trasformando i sistemi di sales compensation, rendendo i programmi di incentivazione non solo più precisi e personalizzati, ma anche più efficaci nel favorire il raggiungimento degli obiettivi aziendali. L'innovazione tecnologica è oggi la chiave per creare sistemi di compensazione che siano al tempo stesso motivanti e allineati alle strategie aziendali, garantendo risultati concreti e misurabili.

Alla luce del successo di questo primo evento, lo sponsor tecnologico Akeron ha già annunciato l'intenzione di organizzare una seconda edizione nel 2025, anticipata da alcune tappe intermedie di avvicinamento nella prima parte dell'anno.

#### **About Akeron**

Akeron (<https://www.akeron.com/>) sviluppa Software Enterprise per guidare la crescita e migliorare l'efficienza delle performance di business. Akeron, con headquarter a Lucca in Italia e sedi a Parigi, Londra e New York, conta oggi oltre 570+ clienti di ogni settore e dimensione, tra cui Lavazza, Costa Crociere, Intesa Sanpaolo Private Banking, OptimizeRX, Amadori, Prada, Segafredo Zanetti, Mutti, Rummo, Randstad, e molti altri.

#### **CONTATTI**

[press@akeron.com](mailto:press@akeron.com)