IL PIANO COMMERCIALE
Pianificare l'attività orientata allo sviluppo delle vendite

OBIETTIVI

Il corso fornisce le competenze adeguate per tradurre le strategie commerciali in un piano d'azione che porterà al raggiungimento dei risultati attesi. L'obiettivo è di facilitare l'acquisizione di un metodo di lavoro che permetta di non disperdere energie e tempo convogliando le azioni ed i comportamenti all'obiettivo commerciale condiviso.

CONTENUTI

Pillole in e-learning:

Pre - nella settimana antecedente l'aula per generare una conoscenza di base comune

Post - in quella successiva per rinforzare i concetti ed i metodi approfonditi durante l'aula

Orientamento al cliente
Coordinare una squadra vincente
Comprendere i bisogni del cliente
Le dieci dimensioni della qualità del servizio
Affrontare le sfide

Aula

Il processo di pianificazione commerciale e i suoi "output": il piano ed il budget ovvero strategia e tattica, cifre e risultati attesi
Le riflessioni sull'offerta dell'impresa: i concetti di mix, di differenziazione, di costo del venduto e di qualità progettata
Le riflessioni sulla domanda: i concetti di cliente, di posizionamento e di qualità percepita
Le caratteristiche e i vantaggi dell'offerta dell'impresa incontrano il beneficio atteso di chi domanda: il ruolo del prezzo, per analizzare l'ambiente competitivo (price vs no price) e per consentire lo scambio
Concetti e strumenti per capire e misurare il potenziale di mercato (market size) ed il livello di attrattività
Ragionare in termini di market share e di decisioni necessarie per il suo sviluppo
Valutare le azioni commerciali mediante il concetto di margine di contribuzione, per derivarne gli obiettivi minimi in termini di volume e di fatturato di pareggio
L'impiego di capitale circolante legato alla vendita
Analisi di tre differenti piani commerciali per imprese B2C, B2B e per quelle di servizi

AULA IN VISUAL THINKING

PER INFORMAZIONI

Tel. 051.4151911
Fax 051.4151920
Email formazioneaziendale@fav.it

Docente
Giovanni Ciafrè
Docente e consulente senior specializzato in Marketing & Finance. È docente Luiss Business School e Professore a contratto di Analisi finanziaria e piani aziendali presso l'Università Politecnica delle Marche.

Durata
14 ore

Date
Bologna
9, 10 giugno
09.00-17.00
24, 25 novembre
09.00-17.00

Quota di iscrizione
€ 720,00 + IVA