



Executive Master in Sales & Marketing Management
Bologna e Firenze
07 ottobre 2023 – 20 gennaio 2024

Modalità aula e online possibilità, su richiesta, interamente online



Stogea è una Business Unit di Scudo srl



Aderente
CONFINDUSTRIA TOSCANA NORD
Lucca Pistoia Prato

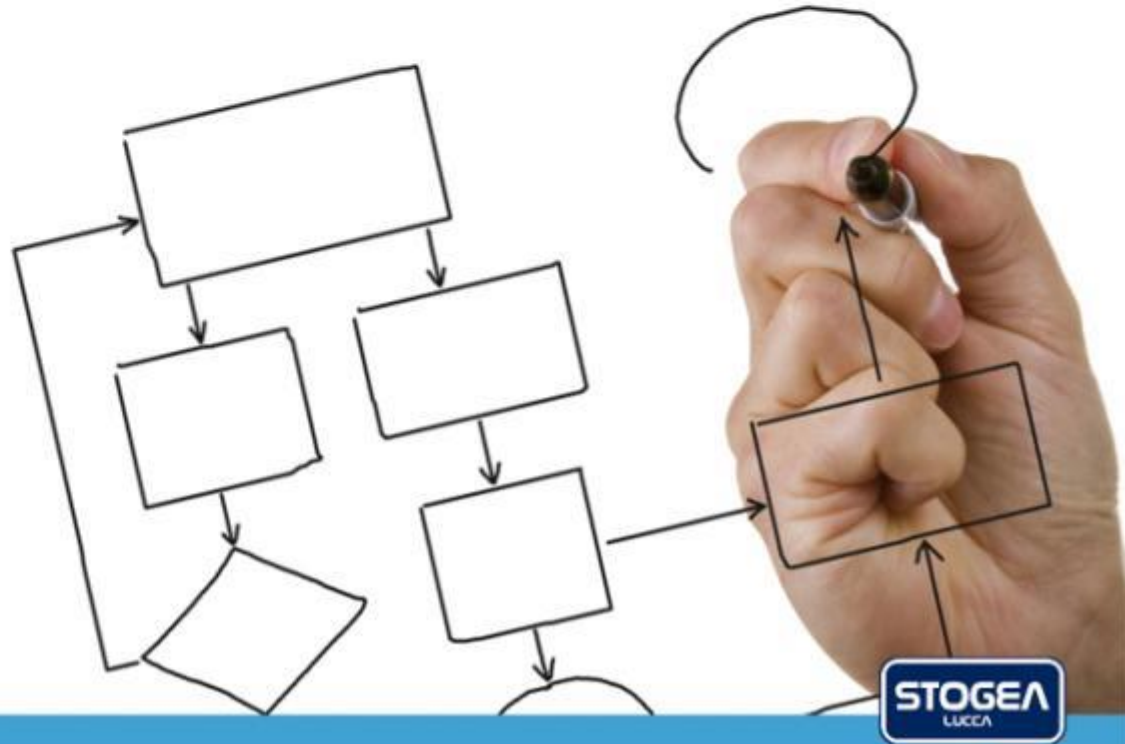
Il Master

Il Master in SALES & Marketing Management intende fornire gli strumenti necessari per operare nell'area commerciale di un'azienda, dove si costruiscono e si difendono i valori e le performance, prestando particolare attenzione alla creazione di valore per il cliente ed il consumatore.

Alla fine del corso i partecipanti avranno le competenze per ascoltare il mercato, definire le strategie di segmentazione e posizionamento, definendo l'offerta giusta, comunicandola adeguatamente e portandola al mercato attraverso gli opportuni canali e le reti più appropriate.

Il progetto formativo intende pertanto costituire un percorso pratico, una vera e propria palestra, pensata per prepararsi ed "allenarsi" sui fondamentali della vendita.

I partecipanti troveranno in questo progetto non solo conoscenze e strumenti indispensabili per operare efficacemente sul mercato, ma una vera e propria guida in grado di favorire la corretta impostazione a questa non facile attività tenuto conto della crisi, della sfiducia e dell'elevata competizione.



I destinatari

Il programma dei master Executive consente un'ampia opportunità di **formazione manageriale** in un contesto che richiede una sempre maggiore **capacità di gestione e sviluppo dei processi di cambiamento**.

I destinatari di questo programma intendono raggiungere obiettivi di carriera indipendentemente dal settore di appartenenza e di specifico impiego, e dalla formazione di base ricevuta.

Il Master è rivolto a:

- Responsabili commerciali e operatori nell'area marketing & vendite;
- Promotori;
- Key account manager, che avvertano l'esigenza di una formazione sulle logiche di marketing e sulle tecniche di relazione con il cliente.

Il Master, nella **FORMULA CON STAGE**, è rivolto anche a brillanti laureati che abbiano l'obiettivo di acquisire le conoscenze necessarie per inserirsi ed operare nell'area Marketing e Commerciale di un'Azienda.

La partecipazione dei neolaureati è subordinata al superamento di un processo di selezione.



L'obiettivo del Master è trasferire ai partecipanti gli strumenti e i modelli per intervenire nei diversi livelli dei processi aziendali, al fine di svolgere al meglio l'attività di vendita / di contatto commerciale.

In particolare, tutte le attività sono finalizzate a:

- Analizzare i bisogni del cliente, sviluppare la capacità di entrare nel suo "sistema", guidarlo attraverso le tematiche più varie e specifiche dal punto di vista personale e professionale, capirne le reali esigenze, anticiparle, fargliele riconoscere, affrontare gli argomenti più difficili.
- Sviluppare la capacità di contattare la clientela.
- Saper trarre un quadro completo del cliente, al fine di prevederne il comportamento d'acquisto.
- Acquisire una padronanza di base nel comunicare in modo convincente, conoscendo le tecniche di comunicazione ed avendo raggiunto, attraverso ripetute esercitazioni, la consapevolezza di possedere e di poter ulteriormente migliorare le personali abilità comunicative.
- Conseguire una prima competenza nell'osservare lo sguardo, l'espressione e gli altri aspetti della comunicazione non verbale dell'interlocutore.
- Essere in grado di gestire una trattativa, superando le obiezioni del cliente e negoziandone i termini contrattuali.
- Apprendere le tecniche di contatto telefonico e per e-mail.
- Essere capace di organizzare il proprio lavoro e di gestirne i tempi, affrontando con una ben diversa preparazione e consapevolezza tutte le situazioni che, nella realtà quotidiana, provocano perdita di tempo, tensione, malintesi, demotivazione.

Gli obiettivi



METODOLOGIA

Elevati contenuti culturali e specialistici.

Approccio di tipo operativo **LEARNING BY DOING**

La procedura di ammissione

La procedura d'ammissione prevede un accertamento del profilo, mediante valutazione del curriculum ed un colloquio (anche telefonico), finalizzato a confermare la congruità delle motivazioni e delle aspettative del candidato con il progetto formativo proposto da Stogea. Le candidature, in considerazione delle 2 edizioni annue, vengono valutate continuamente.

Numero chiuso

La partecipazione al Master è riservata ad un massimo di 15 partecipanti allo scopo di garantire la massima interazione ed offrire un servizio qualitativamente adeguato alle aspettative.

Il materiale didattico

A supporto dell'attività di studio i partecipanti riceveranno via posta elettronica il materiale didattico predisposto ad hoc dai docenti con l'obiettivo di sintetizzare gli argomenti sviluppati in aula.

Metodologia didattica:

La forte interattività con il corpo docente, costituito da professionisti, consulenti e manager che uniscono esperienza d'azienda e d'aula, costituisce uno degli elementi caratterizzanti il progetto formativo.

La metodologia didattica prevede:

- Esposizione di teorie, approcci e modelli di riferimento
- Esercitazioni
- Discussione di casi aziendali allo scopo di favorire lo sviluppo di competenze manageriali necessarie per lavorare in team



I docenti

Antonella Coppotelli: Media Specialist. Da anni lavora presso Piemme, una delle più importanti Concessionarie di Pubblicità a livello nazionale dove matura una notevole esperienza nel campo dell'Editoria, del Marketing e della Pubblicità; contestualmente collabora da anni con la RAI in attività di post produzione.

Marcello Leonardi: Sales Director della Business Unit Retail & Petrol Italia. Formatore e consulente aziendale in ambito «sale & marketing». Già Telemarketing Manager per Vodafone Business, Key Account Manager Retail per Findomestic Banca e Licensing Category Manager per Backstage Licensing e The Walt Disney Company Italia.

Leonardo Marchesi: Formatore e consulente senior, proviene da una lunga esperienza in Booz Allen & Hamilton, multinazionale operante nella consulenza di direzione, dove ha operato a progetti di cambiamento nelle aree del marketing, innovazione di prodotto, processi aziendali, logistica, produzione, acquisti e gestione del personale nei settori: elettronica militare, consumer, industriale, telecomunicazioni, abbigliamento, aeronautica, televisione.

Maurizio Mesenzani: Partner di Fondazione Irso per la realizzazione di interventi di progettazione, ricerca e formazione in ambito manageriale e organizzativo. Le sue aree di lavoro sono il Customer Management, lo sviluppo del business, le strategie e i processi di innovazione, l'organizzazione. Ha diretto interventi di consulenza, formazione e ricerca per numerose imprese pubbliche e private, tra le quali: Vodafone, Telecom Italia, Poste Italiane, TIM, H3G, MonteTitoli - Borsa Italiana, ING Direct, Gabetti Finance, Formez, Regione Emilia-Romagna, TAV, Comune di Parma.

Giovanni Piccioni: Consulente e formatore Senior in Marketing e Sviluppo Commerciale. Responsabile di progetto in interventi di organizzazione aziendale e ristrutturazione delle funzioni marketing e commerciale. Le sue attività: analisi di mercato, pianificazione e programmazione strategica e operativa, lancio e sviluppo nuovi prodotti, auditing commerciale.

Fabrizio Pieroni: È Consulente e Formatore aziendale a supporto dello sviluppo organizzativo, sales e marketing management. Si occupa inoltre di Coaching individuale finalizzato al miglioramento della performance professionale. È un Counsellor iscritto all'Assocounselling ed è certificato da IANLP come Trainer PNL e come Coach.



Alberico Tremigliozi: Dopo alcuni anni in una società di consulenza multinazionale in cui è stato impegnato su processi di innovazione organizzativa, gestionale e tecnologica delle aziende retail è passato ad occuparsi del settore Energy & Utilities. Attualmente è Project Leader in una società di consulenza direzionale e curatore di blog professionali. Come free lance si occupa di formazione e di supportare le PMI nei processi di innovazione.

I docenti



I docenti elencati hanno partecipato e partecipano a diverso titolo al master. Sulla base di esigenze organizzative, potranno intervenire in aula ulteriori e diversi professionisti.

Il Programma

I LEZIONE

L'IDENTIFICAZIONE DELLE MOTIVAZIONI DI ACQUISTO

- Il concetto di qualità del prodotto/servizio dal punto di vista della vendita
- L'analisi dei bisogni dei clienti
- Le metodologie di rilevazione dei bisogni
- Analisi qualitative e quantitative
- La valutazione dell'importanza dei bisogni nella scelta di acquisto
- La conversione dei bisogni rilevati in argomentazioni di vendita
- Casi ed esercitazioni

II LEZIONE

L'ANALISI DEL MERCATO, DELLA CONCORRENZA E L'IDENTIFICAZIONE DELLE OPPORTUNITA'

- La segmentazione della clientela
- Tecniche e criteri di segmentazione
- La mappatura del mercato
- Le fonti di informazione sul mercato e sui clienti: ricerche su fonti primarie, secondarie e data-base
- Vantaggi competitivi, punti di forza e debolezza
- L'analisi della concorrenza
- Il posizionamento
- La valutazione dell'interesse commerciale dei diversi segmenti di clientela
- Casi ed esercitazioni

III LEZIONE

IL MARKETING MIX: LA GESTIONE DEL PRODOTTO/SERVIZIO ED IL PREZZO

- La definizione del prodotto/servizio
- Il ciclo di vita del prodotto/servizio
- Gli elementi di differenziazione del prodotto/servizio
- La percezione del valore del prodotto/servizio da parte del cliente
- La definizione del prezzo
- I metodi per la determinazione del prezzo per prodotti e servizi
- Gli obiettivi alla base delle strategie di prezzo
- La definizione e la gestione delle modifiche del prezzo
- Le reazioni alle modifiche del prezzo
- Casi ed esercitazioni

IV LEZIONE

LA GESTIONE COMMERCIALE ORIENTATA AL MARKETING

- Il processo di marketing: analisi del mercato, clienti potenziali, segmentazione, concorrenti, posizionamento competitivo
- Le azioni di marketing mix: prodotto-servizio, prezzo, comunicazione e promozione, distribuzione e vendita
- Le strategie di marketing mix nelle varie fasi del ciclo di vita del prodotto/servizio
- Le funzioni e le attività commerciali, di marketing e di vendita
- Il piano di marketing come strumento operativo
- La pianificazione delle azioni commerciali
- La definizione degli obiettivi di vendita e del budget
- Casi ed esercitazioni

Il Programma

V LEZIONE ORGANIZZARE E GESTIRE LA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE

- Le tipologie di distribuzione commerciale di prodotti e servizi
- Conflitto, cooperazione e concorrenza
- La scelta dei canali di distribuzione per prodotti e servizi
- Le possibili strutturazioni di una rete di vendita
- La definizione degli obiettivi di vendita dei canali di distribuzione e la valutazione dei risultati
- Le politiche di prezzo, le condizioni di vendita, l'ambito di responsabilità, i servizi a supporto della vendita, la logistica
- Pianificazione, gestione e controllo delle attività commerciali
- Casi ed esercitazioni

VI LEZIONE MOTIVARE E GESTIRE LA FORZA VENDITA

- Le competenze professionali del venditore: conoscenze, capacità e stile personale
- Lo scopo, le attività, le responsabilità, gli obiettivi ed i risultati del venditore
- La motivazione dei venditori
- I diversi tipi di remunerazione
- Le politiche di gestione della forza vendita
- I metodi di controllo delle vendite
- L'utilizzo degli indici di vendita
- Simulazioni ed esercitazioni

VII LEZIONE L'ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELLA TRATTATIVA DI VENDITA

- La gestione delle fasi della vendita
- La proposta commerciale in termini di caratteristiche, vantaggi e benefici
- Capacità di fare domande, ascolto, attenzione al feedback
- Generare argomentazioni basate su soluzioni
- La gestione delle obiezioni
- La comunicazione strategica e persuasiva: l'uso del linguaggio, comunicazione verbale e non verbale
- Tecniche di chiusura della trattativa
- La negoziazione: tecniche e simulazione
- Simulazioni ed esercitazioni

VIII LEZIONE GESTIRE LA BASE DEI CLIENTI CONSOLIDATI E SVILUPPARE NUOVO MERCATO

- L'analisi dei clienti attuali (ABC, caratteristiche e aspettative, nuove opportunità)
- Il controllo e difesa del proprio territorio
- Il cross-selling: individuazione dei bisogni con collegamenti tra prodotti
- L'importanza e la gestione delle aspettative del cliente
- Mantenimento: le attività finalizzate alla fidelizzazione
- L'analisi della clientela potenziale e dei fornitori
- La ricerca delle lacune e delle soglie di insoddisfazione
- La partecipazione a convegni, meeting esterni e fiere
- Il direct marketing: uso del telefono e della mail nella vendita
- Casi ed esercitazioni

Il Programma

IX LEZIONE

LA VENDITA COMPLESSA PER BENI INDUSTRIALI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

- Specificità del vendere beni industriali
- Specificità dell'acquirente Pubblica Amministrazione
- Il ruolo del venditore "business to business"
- Il comportamento di acquisto del cliente
- La costruzione di un rapporto di collaborazione con il cliente
- La comunicazione via mail e il materiale informativo
- Pranzi di lavoro e occasioni sociali
- Casi ed esercitazioni

X LEZIONE

GLI STRUMENTI GESTIONALI PER LA VENDITA

- Il venditore come elemento fondamentale del sistema informativo commerciale
- Customer relationship marketing
- L'analisi ABC della clientela
- Struttura e utilizzo della scheda cliente
- L'utilizzo dei dati di vendita nel sistema informativo di marketing
- Programmare e pianificare il proprio tempo
- La gestione delle priorità, attività urgenti e importanti, lo spreco di tempo
- L'organizzazione dell'agenda e delle visite al cliente
- Lavorare con gli altri
- Casi ed esercitazioni

XI LEZIONE

INTERNET MARKETING 2.0

- Le caratteristiche principali del commercio elettronico
- Pubblicizzazione del sito e fidelizzazione dei visitatori
- Regole per un sito Web con efficacia commerciale
- Social media e social network: comunità rilevanti, influencer, proxy
- I "campioni": Facebook, Twitter, LinkedIn e Pinterest
- Misurare l'efficacia della comunicazione
- Casi ed esercitazioni

XII LEZIONE

SVILUPPO DI UN CASO E ROLE PLAYING

- Lavorare in gruppo
- Analisi di un caso e sviluppo di un business plan
- Simulazione di una vendita con negoziazione



Informazioni generali

I 12 incontri previsti si svolgeranno a Bologna e Firenze secondo il seguente calendario:

Mese	Giorno	Mese	Giorno
Ottobre 2023	07,14,21,28	Novembre 2023	04,11,18,25
Dicembre 2023	02,16	Gennaio 2024	13,20

(Il calendario potrà subire variazioni in relazione ad eventuali esigenze didattiche o organizzative)

Per iscriversi inviare a Stogea - Segreteria Master, via mail (stogea@stogea.com), fax (0583.418368) o posta ordinaria (Segreteria Master, Viale San Concordio, 81 - 55110 Lucca), i seguenti documenti:

- Lettera motivazionale
- Curriculum Vitae (*con autorizzazione al trattamento dei dati personali*)

La trasmissione può essere effettuata per e-mail, fax o posta.

Orario

9.30 -18.00

Sede

Bologna e Firenze

Durata

12 incontri al sabato

Quota di partecipazione

3.200,00 € + IVA

Al termine delle attività ai partecipanti che avranno frequentato almeno l'80% delle ore di lezione, verrà rilasciato il

Diploma di Executive Master in Sales & Marketing Management

STOGEA offre:

Riduzioni e possibilità di finanziamenti della quota di partecipazione.

TUTTE LE INFORMAZIONI SU

WWW.STOGEA.COM

Alcuni dei nostri clienti:

A.S.A.S., Acam, Accenture, Acque Industriali, Acque Toscane, Adacta Studio, Albacom, Alcan Alluminio, Alcoa, Alga, Arredofrigo, Asa Dental, Baker Hughes, Banca Antonveneta, Banca di Bologna, Banca Mediolanum, Banca Popolare del Commercio e dell'Industria, Banco di Sardegna, Barilla, Bertazzoni, Bianchi Dino, Biomerieux, Blumet, Byte Software House, C.V.S. Service, Calp, Calzavara, Campana Consulting, CAP Gemini Ernst Young Italia, Carditex, Carpi Edilizia, Carraro, Cartiere Etruria, Cassa di Risparmio di Firenze, Cassa di Risparmio di Venezia, Cavotec Specimas, Ceccato Aria Compressa, Cementerie Aldo Barbetti, Centro Azzurro, Cepu, Cerit - Centro Riscossione Tributi, Chiesi Farmaceutici, Clara, Coccinelle, Colussi Perugina, Conf.Arc.C., Confartigianato Macerata, Confindustria Toscana, Consorzio Romagna Energia, Coop Estense, Cooperativa Ceramica di Imola, Costacurta, Crif, CSC Itali, CTP, Dab Pumps, Elettrolitica Del Basso Nera, Eli Lilly Italia, Elica, Enel, Engel Hard, Europa Metalli, Eurovinil, Farmigea, Fatro, Fedex, Fedrigoni Cartiere, Ferrari, Ferretti Casa, Ferrucci Orlando, Formache, Fort Dodge Animal Health, Fox Mark, Gam, General Electric, Giorgio Fagiani, Graniti Fiandre, Granucci, Grs, Gt.Line, Heineken Italia, Hugo Boss Shoes E Accessories Italia, I.C.S.I.M., Ilsa Srl, Imer International, IMG, Industrie Cotto Possagno, Inforservice, Intercosmo, Ipersidis, Ismea, Istituto Universitario di Architettura di Venezia, Italkali, Italmatch Chemicals, Jonser, KPMG Advisory Services, Lanificio Tessil Club, M&G, Maimex, Margotta, Martini Vega, Menarini, Mirmidon, Mondial, Monte Titoli, Omnia Card Systems, Paradigma, Pelacci, Pescanova Italia, PF Consulting, Pfizer, Pneus Acqui, Poste Italiane, Price Waterhouse Coopers, Q.S.I., RAI Radio Televisione Italiana, eckitt Benckiser Italia, Regione Toscana, Regione Umbria, Rosen Rosignano Energia, S.E.A., Scibo, Scuola Radio Elettra, SDA Bocconi, Socib, Sogo, Sport Timing System, Supernova, Team Consulting, Tecnologie Sanitarie, Terme di Saturnia, Thuega Italia, Torno Internazionale, Uniconsult, Unifive, Università degli Studi di Pavia, Università IUAV di Venezia, V. Besana, V.M. Motori, Visart, Viva, Whitehead Alenia, Yoox, Zonin.

Alcuni dei nostri partner:

Acam, Accenture, Adecco, Aeroporti di Roma, Aeroporto Olbia, Alenia Spazio, Alfawasserman, Alias, Aligrup, Alitalia, American Express, Angelini, AnsaldoBreda, Arcotronics, Arpa, ASI Consulting Italy, ASL 1 Roma, ATC, Auchan, Autogrill, Automar, Banca di Bologna, Banca Popolare di Bari, Banca Popolare di Puglia e Basilicata, Banco di Sassari, Barilla, Baxter, Berco, Biomerieux, Bonfiglioli Riduttori, Boscolo, Bristol Myers Squibb, Btc Exmedia, Buffetti, Bvm Les Copains, Byte Software House, Cabel, Campari, Carige Assicurazioni, Carisiel, Carter, Cassa di Risparmio di Firenze, Cavamarket, Centrale del latte Mukky, Ceramiche Imola, Cesare Fiorucci, Ciba Farmaceutica, Cinti, Cna, Co.Re., Coam, Colomer Italy, Colussi, Computer Discount, Confartigianato Bologna, Consorzio del Chianti Classico, Coop Adriatica, Coop Ceramica Imola, Coop Estense, Coop Toscana Lazio, Costa Crociere, Costruzioni Paolo Sibilio, Creative Studios, Credem, Credito Cooperativo Bolognese, Crif, CTS, Culligan, Data Logic, Deborah, Decathlon, De Cecco, Diadora - Invicta, Domnick Hunter Hiross, Ducati Motors, Echo, Ecipar, Econoetica, Edea, Eidos, Eitos, Elea, Elica, Epasa, Equent, Equifax Italy, Ernst & Young ora CAP Gemini Consultants, Euclide Active Training, Faa, Fabbri 1906, Ferragamo, Ferrari, Fiorucci, Firenze Fiera, Fondazione Aldini Valeriani, Fonderie SABIEM, Forma Art, Formez, Fujitsu Siemens, Geasar, General Electric, Gi Group, Gildmeister Italiana, Giorgio Armani, Giunti Edizioni, GMPR Group, Granarolo, Granelli E Associati, Gruppo Acam, Gruppo Buffetti, Gruppo Coin, Gruppo PAM, Haworth, Hera, Holiday Inn, Homina, Honda, IBM, Ikea, Industrie Pica, Interattiva, Interbanca, Invest Banca, Inside BTM, Istituto Denza, Istituto Superiore della Fisica della Materia, Italkali, JwT, Kedrion, Klaus Davi, Lamborghini, Leo - Burnett, Leroy-Merlin, Librerie Coop, Life & Co, Man Power, Margotta, Marina Rinaldi, Maserati, MAW, Meliorbanca, Menarini, Mercurio Misura, Mind Consulting, Minerva, Monrif - Il Resto del Carlino, Monte dei Paschi di Siena, Monte Titoli, MS&L Mavellia Bellodi Relazioni Pubbliche, Nestlè, Nice Communication, Nike, Nuovo Pignone, Oikos, Omnicoop, Opta, Oracle, Orga, Page Personnel, Panini, Pfizer, Piaggio, Porsche Italia, Poste Italiane, Praxi, Procter & Gamble, Provincia di Napoli, Rai Radio Televisione Italiana, Raro, Regione Emilia Romagna, Regione Lazio, Regione Toscana, Rinascente, Rossi Motori Riduttori, Safilo, Saint Gobain, Salvatore Ferragamo Italia, Salver, Saras, Seat Pagine Gialle, Segest S.P.A., 6 Sensi, Sheraton Hotels & Conference Centre, Sistemi e Organizzazione, Softec, Sound PR, Starhotels, Studio Binaschi, Studio Minerva, Tastitalia, Team Consulting, Technogym Group, Tim, Toscana Media Development, Toyota, Trenitalia, TRW, UNA Hotel & Conference Center, Unicoop, V. Besana, Vodafone, Volare Group, Volvo Auto Italia, Whitehead Alenia.



Stogea

Segreteria organizzativa

Viale S. Concordio, 81 - 55100 LUCCA

Tel.: 0583 583385 - 0583 583562 - **Fax:** 0583 418368

Web: www.stogea.com

E-mail: stogea@stogea.com



Stogea è una Business Unit di Scudo srl