

MARKETING
VENDITE



MARKETING E VENDITA



Tecniche avanzate di vendita – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Padroneggiare le tecniche di vendita e migliorarle con metodi di negoziazione affermati

DESTINATARI:

Direttori e Commerciali; Tutti coloro che devono gestire un gruppo di collaboratori in ambito commerciale Obiettivi Tecniche e strumenti per la motivazione dei venditori

PROGRAMMA DIDATTICO:

Essere manager di un team commerciale - Il carisma del Manager Commerciale: dall'arte del convincimento all'arte dell'influenza e persuasione - Adattare il proprio stile di management ai venditori e ai loro risultati - Motivare i venditori nell'attività quotidiana - Gestire e motivare i venditori a distanza - Organizzare riunioni commerciali efficaci, motivanti e coinvolgenti - Gestire e motivare anche nelle situazioni difficili

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test/ Colloquio



Strategie di ingresso e negoziazione nei nuovi mercati internazionali – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Saper scegliere il partner (agente, distributore, rivenditore) grazie a parametri testati di selezione e monitoraggio - Padroneggiare strumenti di analisi del portafoglio distributori e di valutazione della rete in termini di valore aggiunto Programma Analizzare la rete di vendita indiretta per assicurare l'esecuzione della strategia aziendale – Definire le priorità di intervento sulla rete di vendita indiretta - Gestire il rapporto con i partner – Sfruttare gli strumenti di comunicazione per stimolare le vendite del rivenditore - Gestire e sviluppare le performance commerciali dei distributori – Aspetti contrattuali relativi ai partner commerciali – La negoziazione del piano d'azione commerciale e degli obiettivi annuali

DESTINATARI:

Responsabili Commerciali che gestiscono reti di distributori industriali, di concessionari, rivenditori e rete di franchisee, con l'esclusione della grande distribuzione

PROGRAMMA DIDATTICO:

Il nuovo programma dell'economia mondiale: un mondo multipolare - Strategie di internazionalizzazione - Le dimensioni culturali - La negoziazione interculturale - Tecniche avanzate di negoziazione strategica - La persuasione nel mondo globale - Negoziare negli Stati Uniti - Negoziare nell'Est Europa - Negoziare in India - Negoziare in Cina - Negoziare in Brasile

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test/ Colloquio



Organizzare, gestire, valutare e motivare i propri venditori – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Gestire le diversità di comunicazione, giudizio e condotta che portano ad una radicale differenziazione delle dinamiche negoziali e della strategia di negoziazione - Definire gli aspetti culturali che influenzano il pensiero, la logica, la comunicazione e il comportamento delle persone
Acquisire competenze specifiche, in grado di favorire la riduzione della complessità delle negoziazioni a livello internazionale

DESTINATARI:

Imprenditori; Direttori Generali; Responsabili Commerciali

PROGRAMMA DIDATTICO:

Il nuovo programma dell'economia mondiale: un mondo multipolare - Strategie di internazionalizzazione - Le dimensioni culturali - La negoziazione interculturale - Tecniche avanzate di negoziazione strategica - La persuasione nel mondo globale - Negoziare negli Stati Uniti - Negoziare nell'Est Europa - Negoziare in India - Negoziare in Cina - Negoziare in Brasile

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Colloquio



Gestire una rete di vendita indiretta: concessionari, rivenditori, agenti plurimandatari – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Analisi degli strumenti di Marketing più innovativi per implementare e gestire un efficace piano di Marketing

DESTINATARI:

Tutti coloro che devono iniziare ad occuparsi di marketing e hanno una formazione di tipo differente o che sono da poco nel ruolo

PROGRAMMA DIDATTICO:

Concetto di marketing e ruolo nel contesto aziendale - Analisi multidisciplinare del contesto: il valore delle informazioni per ridurre i rischi di insuccesso - Strategia di marketing: il cuore di una pianificazione di successo – Applicare la strategia: prodotto e prezzo – Applicare la strategia: distribuzione e promozione - Piano di Marketing: struttura e valore strategico - Verifica dei risultati raggiunti e implementazione di eventuali azioni correttive

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 1.450,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Prova scritta



Marketing Intensive Course – Livello base

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Scegliere l'evento più importante per comunicare l'immagine aziendale, creando un feeling diretto con i propri pubblici

DESTINATARI:

Responsabili organizzazione eventi – Addetti Marketing

PROGRAMMA DIDATTICO:

La comunicazione parlata e l'immagine: gli Eventi come strumenti per creare un interesse e rafforzare l'immagine aziendale – Pianificare un evento - Gestire un evento – Follow Up - Comunicare un evento - La valutazione dei risultati - Gestire le manifestazioni Fieristiche nel Communication Mix - Scegliere fiere, congressi ed eventi ai quali partecipare – Stabilire il Budget - Quali sono i costi della manifestazione e come calcolare il ROI

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 1.450,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Prova scritta



Il Marketing Fieristico e l'organizzazione di eventi – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Conoscere le componenti della comunicazione online e i nuovi media - Utilizzare il web come strumento di promozione aziendale e di prodotto - Sapere come misurare i risultati e l'efficacia dell'e-marketing

DESTINATARI:

Responsabili Marketing e Commerciali – Addetti Marketing

PROGRAMMA DIDATTICO:

La rivoluzione legata al web 2.0: le nuove frontiere per la comunicazione e il marketing - Vantaggi rispetto al marketing tradizionale Come partecipare al dialogo in rete e avere successo - Strategie per conquistare, fidelizzare e gestire il cliente - Preparare l'azienda e le risorse all'adozione di strategie 2.0

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 1.450,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Prova scritta



Misurare le azioni di Marketing e Comunicazione e valutarne i benefici - Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Valutare efficacemente i risultati delle azioni di direct marketing e di telemarketing, delle iniziative on-line, delle campagne pubblicitarie, delle attività di media relation e degli eventi

DESTINATARI:

Responsabili Marketing - Responsabili della pianificazione di marketing e delle vendite

PROGRAMMA DIDATTICO:

La misura in pratica: dai fondamenti agli aspetti operativi - Il ROI delle attività di comunicazione - Il valore dell'esperienza nella valutazione della comunicazione - La misura dell'impatto della comunicazione - Misurare le Media Relation - La gestione strategica degli eventi aziendali - Corporate Identity e Corporate Reputation - Comunicazione d'Impresa e Brand Equity - La valutazione delle sponsorizzazioni - Misurare l'advertising - Azioni di comunicazione e misurazione degli obiettivi di marketing - Misura della comunicazione e successo competitivo

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 1.450,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test



Il product manager – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Valutare efficacemente i risultati delle azioni di direct marketing e di telemarketing, delle iniziative on-line, delle campagne pubblicitarie, delle attività di media relation e degli eventi

DESTINATARI:

Responsabili Marketing - Responsabili della pianificazione di marketing e delle vendite

PROGRAMMA DIDATTICO:

La misura in pratica: dai fondamenti agli aspetti operativi - Il ROI delle attività di comunicazione - Il valore dell'esperienza nella valutazione della comunicazione - La misura dell'impatto della comunicazione - Misurare le Media Relation - La gestione strategica degli eventi aziendali - Corporate Identity e Corporate Reputation - Comunicazione d'Impresa e Brand Equity - La valutazione delle sponsorizzazioni - Misurare l'advertising - Azioni di comunicazione e misurazione degli obiettivi di marketing - Misura della comunicazione e successo competitivo

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test



Advertising Online: web 2.0 nuovi strumenti – Livello base

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Approfondire le leve di marketing a disposizione e applicarle con efficacia - Pianificare un Piano di Marketing di Prodotto o di Brand e implementarlo in fase esecutiva - Gestire prodotti e marchi in un'ottica di redditività complessiva del portafoglio

DESTINATARI:

Product Manager e Brand Manager di nuova nomina; Responsabili Commerciali che esercitano funzioni congiunte di vendita e di marketing

Programma didattico:

Product Manager: mission, aree di responsabilità, obiettivi Comprendere per decidere: effettuare una diagnosi completa della situazione competitiva – Costruire la strategia di product e brand management - Definire gli obiettivi: coniugare risultati di periodo con una visione lungimirante del business - Differenza fra gestire l'esistente e lanciare una nuova offerta Economics chiave: marginalità e obiettivi finanziari Execution del piano: prevedere, controllare, correggere Scelte tattiche: tradurre gli obiettivi strategici in marketing operativo Comunicazione e web marketing Customer centricity ed evoluzione del piano Team aziendale: la ricchezza delle relazioni con le altre funzioni

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test



CRM: La fidelizzazione dei clienti – Livello base

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Realizzare un programma strutturato di marketing relazionale efficace

DESTINATARI:

Responsabili Marketing; Responsabili Commerciali; Responsabili Customer Service

PROGRAMMA DIDATTICO:

Conoscere il cliente e il suo valore – Riorganizzare il Customer Service per accrescere la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti - Come anticipare i bisogni del cliente - Coordinamento e integrazione con le altre aree aziendali - Il call Center – Il supporto di Internet - La Customer Retention – Il reclamo come opportunità di fidelizzazione del cliente

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Colloquio



CRM: Tecniche di comunicazione telefonica – Livello base

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Acquisire consapevolezza del proprio stile di comunicazione telefonica e delle strade da percorrere per potenziarne l'efficacia

DESTINATARI:

Addetti al Customer Service - Addetti all'amministrazione delle vendite o chiunque abbia frequenti contatti telefonici con la clientela

PROGRAMMA DIDATTICO:

La comunicazione telefonica all'interno del processo comunicativo - Chi c'è all'altro capo del telefono - L'ascolto attivo - Dall'ascolto attivo all'ascolto empatico - L'arte di saper porre domande - Scegliere l'approccio giusto ed evitare i conflitti - Gestire le situazioni difficili: critiche, obiezioni, reclami - Le 4 fasi di una comunicazione telefonica di successo - Gestire lo stress e rispondere assertivamente

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Colloquio



CRM: Come gestire i reclami dei Clienti – Livello base

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Utilizzare le tecniche di risposta ai diversi tipi di reclamo per trasformarlo in un'occasione di fidelizzazione del cliente

DESTINATARI:

Addetti al Customer Service - Commerciali o chiunque abbia frequenti contatti con la clientela

PROGRAMMA DIDATTICO:

Il concetto del reclamo da parte del cliente – Le barriere alla corretta gestione dei reclami - Le cause dei reclami - La gestione dei reclami successiva alla loro identificazione - Pianificare la gestione dei reclami - La modalità di trattamento - Tecniche di risposta ai reclami - La ripartizione delle responsabilità - Scegliere il tipo di risposta più appropriato - Gli errori da evitare

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Colloquio



CRM: Come gestire gli aspetti legali del reclamo – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

DESTINATARI:

Addetti Ufficio Legale, - Addetti al Customer Service e Commerciali o chiunque gestisca il post vendita

OBIETTIVI:

Prevenire e affrontare il contenzioso nei rapporti con i clienti, fornitori e produttori

PROGRAMMA DIDATTICO:

La fase- Precontrattuale - La fase Contrattuale – La fase Post-vendita - I vizi del prodotto - Le garanzie biennali a favore del consumatore - I soggetti tenuti alla garanzia - Il punto di vista della controparte -I rapporti tra il venditore finale e il venditore o il produttore all'ingrosso - Come rispondere ai reclami dei clienti consumatori - Gli accordi preventivi venditore/produttore - La gestione del contenzioso e i rapporti con i legali - Le valutazioni in ordine all'eventualità di una soluzione transattiva

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test



Vendere all'estero approcciare nuovi mercati – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing Vendite

OBIETTIVI:

Formare nuove figure professionali specializzate sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa perché il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese del nostro paese.

Le imprese che si trovano a dover affrontare progetti d'investimento all'estero hanno quindi bisogno di figure professionali competenti in grado di valutare e selezionare e valutare i nuovi mercati anche in relazione alle potenzialità dell'azienda e competenti sia in ambito economico-finanziario che in ambito giuridico con forte conoscenza anche dei contesti politico-economico e sociali dei vari Paesi

DESTINATARI:

Personale dipendente dell'area commerciale

PROGRAMMA DIDATTICO :

- Attrattività del mercato in base a:
 1. Sistema economico
 2. Sistema politico legale
 3. Sistema culturale ed industriale
- Come entrare sul mercato
- Marketing mix internazionale
- Come organizzare l'azienda per operare sui mercati internazionali

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00+ IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test / prova scritta



Comunicazione visiva e brand identity – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing Vendite

OBIETTIVI:

Formare nuove figure professionali specializzate sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa perché il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese del nostro paese.

Per le aziende è fondamentale avere personale specializzato in grado di impostare una comunicazione efficace in rapporto ai diversi mercati e a usi e costumi differenti

DESTINATARI:

Personale dipendente dell'area commerciale

PROGRAMMA DIDATTICO :

- comunicazione efficace
- importanza di un'immagine coordinata
- come impostare una presentazione di effetto

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00+ IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test / prova scritta



Digital Marketing – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing Vendite

OBIETTIVI:

Formare nuove figure professionali specializzate sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa perché il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese del nostro paese.

Per le aziende è fondamentale avere personale specializzato in grado di utilizzare le nuove opportunità promozionali e pubblicitarie offerte da internet, dal social media, ecc.

DESTINATARI :

Personale dipendente dell'area commerciale

PROGRAMMA DIDATTICO :

- alternativa alle strategie internazionali di promozione
- gestione strategica dei contenuti
- posizionamento su web
- social media marketing
- workshop/simulazione pratica

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00+ IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test / prova scritta



E-business E-commerce – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing Vendite

OBIETTIVI:

Formare nuove figure professionali specializzate sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa perché il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese del nostro paese.

Per le aziende è fondamentale avere personale specializzato in grado di cogliere le rilevanti opportunità nella commercializzazione dei prodotti e dei servizi tramite internet. Il corso intende fornire una formazione completa, comprensiva anche degli aspetti legali e tributari, dell'attività di e-commerce in una azienda

DESTINATARI:

Personale dipendente dell'area commerciale

PROGRAMMA DIDATTICO :

- e-commerce come leva per la crescita dell'azienda
- strategia web
- contrattualistica
- aspetti di normativa fiscale e tributario

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00+ IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test / prova scritta



Tutela della proprietà – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing Vendite

OBIETTIVI:

Formare nuove figure professionali specializzate sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa perché il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese del nostro paese.

Per le aziende è fondamentale avere personale specializzato in grado di tutelare i marchi ed i brevetti ed in genere la proprietà intellettuale dell'azienda. Le aziende italiane sono particolarmente carenti sotto questo aspetto, infatti i prodotti italiani sono sistematicamente soggetti alla contraffazione dei propri prodotti e/o marchi

DESTINATARI:

Personale dipendente dell'area legale

PROGRAMMA DIDATTICO :

- Tutela di marchi e brevetti
- tutela del know how
- procedura di registrazione

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00+IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test / prova scritta



Vendere il Made in Italy all'estero – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Formare nuove figure professionali specializzate sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa perché il tema dell'internazionalizzazione è cruciale per lo sviluppo e la crescita delle piccole e medie imprese del nostro paese.

Per le aziende è fondamentale avere personale specializzato in grado valorizzare il concetto di made in Italy, che è un brand esso stesso; e raccordare i propri prodotti e servizi al concetto stesso di made in Italy, promuovendolo nelle modalità più efficaci

DESTINATARI:

Personale dipendente dell'area commerciale

PROGRAMMA DIDATTICO :

- aspetti culturali
- ecosistema economico
- contratti
- canali distributivi, eventi, fiere

DURATA: 16 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test /prova scritta



PRICING - Programmare le strategie di prezzo – Livello specialistico

TEMATICA: Marketing vendite

OBIETTIVI:

Il corso affronta il processo di definizione dei prezzi di vendita con il fine di massimizzare gli utili aziendali, al di là delle consuete manovre di riduzione dei costi, dal punto di vista contabile, del marketing e dello sviluppo prodotto.

Obiettivi specifici:

- Esaminare le diverse modalità di determinazione dei prezzi
- Valutare l'impatto dei cambiamenti di prezzo sugli utili
- Migliorare la redditività senza perdere il consenso di clienti e forza vendite

DESTINATARI:

Il corso è rivolto a tutti coloro vogliono ampliare le proprie competenze in questo ambito di attività professionale in continua evoluzione, e si rivolge, principalmente anche se non esclusivamente, sia a professionisti operanti nel settore della consulenza giuridico-fiscale, sia a responsabili aziendali della funzione amministrativa – contabile e fiscale

PROGRAMMA DIDATTICO:

Modalità di calcolo dei prezzi

Strumenti per monitorare l'impatto sugli utili di variazioni di prezzo, costi fissi e variabili

Analisi di valore: come misurare e monitorare il valore della propria offerta

Segmentare la clientela in ottica di pricing

Affrontare le politiche di pricing della concorrenza evitando le "guerre sui prezzi"

Il mix di prodotto: misurare la redditività dei vari prodotti o servizi

Gestire la percezione del prezzo da parte dei clienti

Comunicare il prezzo: impostare preventivi e offerte efficaci

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 980,00+ IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Test / prova scritta



Predisporre un piano di marketing (ricerca e analisi di mercato) – Livello avanzato

TEMATICA: Marketing - Vendite

OBIETTIVI:

Il percorso è finalizzato all'acquisizione delle competenze di base per la predisposizione di un piano di marketing aziendale, alla conoscenza delle metodologie e degli strumenti di base di analisi competitiva e alla comprensione della coerenza del piano di marketing con i vincoli di redditività dell'azienda

DESTINATARI:

Titolari d'impresa, responsabili vendite, addetti e operatori della vendite

PROGRAMMA DIDATTICO :

- Analisi del mercato e della concorrenza: definizione del business e segmentazione di mercato; analisi della clientela: esigenze, criteri di scelta, customer marketing; principi di analisi competitiva: strategie dei competitor e risultati commerciali (quote di mercato); principi di differenziazione e analisi dei punti di forza e di debolezza; individuazione delle fonti di informazione e modalità di acquisizione delle informazioni.
- Strategia commerciale e definizione degli obiettivi di vendita: gli obiettivi strategici dell'azienda: utile, redditività; definizione del prezzo (rispetto alle esigenze dei clienti, ai loro criteri di scelta e ai vincoli aziendali); strategia di acquisizione e di fidelizzazione dei clienti; la configurazione della rete commerciale.
- Scelte di marketing operativo: azioni e attività di marketing: scelta del mix di attività rispetto alla strategia aziendale e alla tipologia di clientela; la comunicazione istituzionale; la comunicazione di prodotto; il direct marketing; il database clienti (struttura, funzionalità e utilizzo).
- Monitoraggio e valutazione del piano di marketing: i costi commerciali e di marketing; i costi di produzione e generali; verifica degli effetti delle scelte di marketing sulla redditività aziendale; analisi della redditività per cliente e per business/prodotto; la misurazione della notorietà/immagine/reputazione aziendale; la misurazione degli effetti della comunicazione sulle vendite; la misurazione della fedeltà dei clienti; la misurazione della soddisfazione dei clienti

DURATA: 24 ore

QUOTA DI PARTECIPAZIONE: € 300,00 + IVA

MODALITÀ DI VERIFICA FINALE: Prova pratica