

Munaretto Roberto - Perito industriale

Si acquista con l'occhio e con il palato

- Destinatari: Percorso formativo adatto a titolari e collaboratori di negozi con vendita al dettaglio
- Obiettivo: Creare la capacità e la sensibilità di cogliere i mutamenti del mercato e delle aspettative del cliente in termini di soddisfazione dei suoi bisogni.
- Durata: Dalle 12 alle 16 ore secondo esigenze

Ri-organizzare l'approccio commerciale con il cliente della piccola impresa (percorso base)

- Destinatari: Titolari, collaboratori, responsabili di settore di imprese PMI
- Obiettivo: Partendo da concetti base di marketing e vendite allineare la conoscenza all'interno del management dell'impresa
- Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Ri-organizzare il business con nuove leve persuasive e la percezione delle pulsioni d'acquisto (percorso evoluto)

- Destinatari: Titolari, collaboratori, responsabili di settore di imprese PMI
- Obiettivo: Percorso avanzato, eleva il corsista ad un approccio superiore di gestione avvalendosi di strumenti quali: grafici e matrici
- Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Laboratorio marketing

Saper comprendere, interpretare ed anticipare i mutamenti del mercato dalla prospettiva della piccola impresa

- Destinatari: Titolari, collaboratori, responsabili di settore di imprese PMI
- Obiettivo: Introdurre innovazione e cambiamento partendo da applicazioni pratiche, attraverso esercitazioni, di un marketing spendibile nella PMI
- Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Formazione addetti vendita e trattativa commerciale

Fornire gli strumenti per rendere efficace l'attività di vendita e per gestire al meglio la trattativa commerciale.

- Destinatari: Titolari, collaboratori, responsabili commerciali, responsabili vendite, addetti commerciali delle PMI
- Obiettivo: Attivare una cultura di squadra con un obiettivo primario, gestire il cliente acquisito / potenziale nell'ottica del rafforzamento stabilizzato del portafoglio ordini
- Durata: 12/24/30 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Reti commerciali

Offrire gli strumenti per creare, gestire e mantenere una rete di vendita e determinare le prospettive

- Destinatari: Responsabili commerciali, responsabili vendite, capi area delle PMI
- Obiettivo: Attraverso schemi rodati sul campo, progettare, realizzare, formare, mantenere la rete di sensori di mercato indispensabili per la corretta gestione commerciale della PMI
- Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

La comunicazione positiva a supporto della vendita

Elementi base della comunicazione per interagire in modo proficuo con il cliente

- Destinatari: capi area, addetti commerciali interni ed esterni, operatori telefonici delle PMI
Obiettivo: Utilizzando concetti di base della comunicazione sincrona/asincrona creare la sensibilità e la padronanza di un tool fondamentale per gestire i rapporti interpersonali nell'attività commerciale
Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Oceano rosso / oceano blu

Come le imprese devono tenersi fuori dalle acque infestate dagli squali.

- Destinatari: Titolari, collaboratori, responsabili di settore di imprese PMI
Obiettivo: Assimilare eccellenti innovativi concetti secondo le teorie di Kim e Mauborgne in materia di strategia commerciale
Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Dobbiamo fare squadra!

Gli elementi di base per realizzare effettivamente la squadra/team nel business

- Obiettivo: Sradicare stereotipi obsoleti di organizzazione importando nella PMI la visione di eccellenza organizzativa adottando la logica di TEAM
Destinatari: Titolari, collaboratori, responsabili di settore di imprese PMI
Durata: 12 ore, anche in versione serale 20,30-22,30

Il responsabile dello sviluppo commerciale nella p.m.i.

La gestione quotidiana di persone, risorse, mezzi, che determinano il biglietto da visita dell'azienda

- Obiettivo: Formare gli addetti ad una corretta gestione del comparto commerciale, sapendo organizzare la convivenza con altri comparti interni ed esterni all'azienda
Destinatari: Addetti allo sviluppo commerciale
Durata: 12 ore- formula 2x6 oppure 4x3

Comunicazione e gestione, skill dell'ufficio vendite

Processi e attività operative del comparto commerciale

- Destinatari: Titolari, responsabili commerciali, responsabili vendite, addetti sviluppo ufficio commerciale
Obiettivi: Le funzioni strategiche dell'ufficio commerciale, gestire l'ufficio e il ruolo degli addetti. Processare l'ordine, le tappe fondamentali, il portafoglio ordini quale strumento strategico di controllo
Durata: 12 ore - formula 2x6 oppure 4x3

Cliente soddisfatto, cliente fidelizzato

RI-innovare l'approccio con il Consum.attore nel punto vendita

- Destinatari: Negozianti, collaboratori, addetti alle vendite a banco
Obiettivi: Soddisfare, fidelizzare la clientela effettiva e stimolare quella potenziale, il nuovo ruolo del cliente partecipe e attore nella vendita. Utilizzare i propri numeri per identificare e perseguire gli obiettivi del proprio business
Durata: 12 ore - formula 2x6 oppure 4x3