

ASSOLOMBARDA SERVIZI
SOCIETÀ BENEFIT

IL PIANO COMMERCIALE OPERATIVO: COME PIANIFICARE E REALIZZARE GLI OBIETTIVI E LE AZIONI COMMERCIALI PER SVILUPPARE LE VENDITE

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso parte dallo schema del piano commerciale e, soprattutto, dalla sua utilità per la gestione delle vendite, delineando le strategie fondamentali da cui derivano le attività concrete e operative. Il processo di budget ne è quindi una parte, che collega obiettivi alle strategie e azioni conseguenti. Si esaminano poi le analisi sui mercati e concorrenti e sulla posizione aziendale in questo scenario, per definire le politiche di prezzo, di copertura delle aree di vendita e della comunicazione. Sono poi presentati vari strumenti per controllare i progressi nelle linee definite dal piano, tramite analisi delle opportunità sul territorio, il reporting dei risultati, gli indici di qualità della vendita, l'analisi della soddisfazione del cliente ed in particolare gli schemi di argomentari per la rete.

PROGRAMMA

PROGRAMMA DIDATTICO:

I vantaggi concreti del Piano commerciale:

- Lo schema generale
- L'utilizzo pratico nei confronti della Rete di vendita
- Esempi di Piano

Valutazioni di base:

- I mercati obiettivo
- La formazione della Rete di vendita
- Come migliorare la copertura del territorio e i partner necessari

Il Budget commerciale:

- Creazione pratica e contenuti
- Gli obiettivi di ricavo e di costi
- Coinvolgimento e motivazione della rete di vendita
- Connessione tra obiettivi e strumenti di incentivazione
- Esercitazione: la stesura di un budget commerciale

Decisioni su obiettivi, strategie e azioni:

- Metodi per la definizione operativa
- Le strategie contro i concorrenti
- L'analisi dei vantaggi aziendali, problemi, opportunità e minacce nei vari mercati

Gestione delle leve del mix commerciale:

- I prodotti/servizi e la Rete
- Come analizzare e definire la politica dei prezzi
- La distribuzione delle risorse di vendita sul territorio
- Le decisioni operative per la Rete di vendita
- Il piano di comunicazione verso l'esterno
- Le relazioni con il servizio pre- e post-vendita

Gli strumenti operativi di controllo del Piano:

- L'analisi delle opportunità di vendita
- La valutazione periodica dei risultati quantitativi
- Gli Indici di Qualità e Quantità della vendita ed esempi
- La gestione degli scaduti
- L'analisi della soddisfazione dei clienti
- Gli argomenti di vendita per la Rete
- Il piano di comunicazione interna

DOCENTI

Docenti Faculty Assolombarda Servizi

DESTINATARI

Il corso si rivolge a responsabili commerciali, responsabili marketing, capi area di vendita.

NOTE

Il corso sarà trasmesso via Microsoft Teams, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno prima del corso.

Il corso non è video-registrato.

REQUISITI

- Pc o smartphone
- Buona connessione internet
- Microfono e webcam attivi

REFERENTI

Davide Inclimona (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)
Arianna Marchianò (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)
Martina Gasparini (martina.gasparini@assolombarda.it / Cell: 347 6250 456)

DATE E PREZZI

Live Webinar

Edizione di: Giugno 2027
Durata: 8 ore
Scheduling:
08/06/2027 dalle 14:00 alle 18:00
10/06/2027 dalle 14:00 alle 18:00

PREZZI:
Quota NON associato e privato: € 590.00 + IVA
Quota associato: € 490.00 + IVA
Sconto del 10% dal secondo partecipante
Sede: Aula Virtuale -