



Corso di formazione

AUMENTARE I RISULTATI CON L'ACQUISIZIONE DI NUOVI CLIENTI (azioni di prospecting)

mercoledì, 10 aprile 2019 – Ore 9.30

Via G. Da Procida 11 - 20149 Milano

IL CORSO

L'ipercompetitività dei mercati chiede alle imprese di adottare azioni efficaci di sviluppo verso nuovi clienti (i prospect), insieme alle necessarie azioni che sappiano trattenerli (customer retention). La conquista di nuovi clienti è quindi vitale per aumentare il fatturato e sviluppare / difendere la propria quota di mercato.

Il corso, realizzato in una giornata, ha come obiettivo quello di mettere i partecipanti nelle condizioni di saper organizzare e gestire il processo d'acquisizione dei nuovi clienti: acquisire le tecniche di individuazione e segmentazione dei prospect, in funzione delle loro potenzialità, definire il piano commerciale, saper svolgere le azioni avviate e controllare i risultati.

Docente

Silvano Magnabosco

Dopo la laurea in storia dell'impresa, e una lunga esperienza nella formazione, con la conduzione di progetti altamente innovativi, ha operato in Bagaglio Spa, Ipsa Spa e Wolters Kluwer, dove ha guidato numerosi progetti di sviluppo organizzativo, con un focus sulla riorganizzazione dei sistemi distributivi e i canali di vendita. La sua attività di consulente, per tredici anni parallela all'esperienza imprenditoriale nel settore della professional information systems, è rivolta soprattutto alle piccole e medie imprese: riposizionamento strategico (valutazione dell'attrattività dei mercati e della capacità competitiva dell'impresa), accompagnamento alla realizzazione del business plan e start up d'impresa, razionalizzazione dei processi commerciali e potenziamento della competitività.

SC Sviluppo Chimica

SC Sviluppo Chimica S.p.A. è una società di servizi costituita ed interamente controllata da Federchimica. L'obiettivo di SC è di favorire e di sostenere la competitività dell'Industria Chimica, contribuendo a creare valore aggiunto sostenibile, producendo pubblicazioni, software gestionali, corsi di formazione per le Imprese Chimiche e per i settori utilizzatori di prodotti chimici.

PROGRAMMA

Ore 9.30 – 17.30

- **Definire il processo di incremento del fatturato con l'acquisizione di nuovi clienti:** individuare il segmento più attrattivo e coerente con le capacità competitive dell'impresa
- **Organizzare il database dei potenziali clienti:** individuare gli indicatori, acquisire i dati e le informazioni qualificate dalle fonti interne ed esterne all'azienda, progettare il layout del database, scegliere il supporto tecnologico più adeguato e utilizzabile.

Laboratorio: ogni partecipante applicherà le tecniche affrontate nella sua realtà specifica: mercato di riferimento e azienda dove lavora.

- **Definire le azioni di prospecting secondo il valore delle loro potenzialità e comportamenti:** creare i cluster di valore e differenziarne le azioni, potenziali redemption delle azioni, valutare il rapporto costi / potenziali risultati delle azioni (scelta del marketing mix)
- **Programmare le azioni di prospecting:** definire e assegnare gli obiettivi di sviluppo del fatturato sui nuovi clienti (prospect) e sui clienti acquisiti ma di maggiore potenzialità rispetto al rendimento aziendale (user), ai canali e alle unità di vendita.

Laboratorio: ripresa del lavoro individuale e applicazione da parte di ogni partecipante delle tecniche affrontate nella propria realtà specifica: mercato di riferimento e azienda dove lavora.

- **Analizzare i risultati delle azioni di vendita:** complessive, per azione di vendita e per canale di vendita utilizzato: scostamenti dei costi, dei ricavi (scostamenti volumi e prezzi), dei margini.

