



Corso di formazione **IN MODALITA' IBRIDA (*)**

AUMENTARE I RISULTATI CON L'ACQUISIZIONE DI NUOVI CLIENTI

martedì, 19 marzo 2024 – Ore 9.30

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, Ipsoa 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. Il corso, di taglio pratico, prevede numerose esercitazioni in aula.

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

- **Individuare il segmento di mercato più interessante per acquisire nuovi clienti:** tecniche per individuare il segmento più attrattivo e coerente con le capacità competitive dell'impresa, indicazioni operative per acquisire e organizzare il database dei potenziali clienti.

Esercitazione personalizzata: ogni partecipante individuerà il segmento più interessante in funzione del suo mercato di riferimento e delle caratteristiche dell'azienda in cui lavora.

- **Individuare le azioni di prospecting:** creare i cluster di valore dei prospect e individuare per ogni cluster le azioni più efficaci (caratteristiche delle diverse azioni, potenziali redemption delle azioni e analisi del rapporto costi / potenziali risultati).
- **Individuare i canali di vendita dedicati al prospecting:** caratteristiche dei canali di vendita «off line» e «on line» (potenziali redemption, aspetti organizzativi, livello dei costi) e criteri di scelta per decidere quali scegliere.

Esercitazione personalizzata: ogni partecipante elaborerà il programma delle azioni di vendita e individuerà i canali di vendita più coerenti con la propria realtà aziendale.

- **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.

(*) Il corso si terrà in modalità ibrida: è possibile partecipare sia in presenza sia da remoto, attraverso link di collegamento on line. La modalità di partecipazione deve essere indicata al momento dell'iscrizione. L'eventuale link per la connessione online verrà comunicato all'indirizzo di posta elettronica degli iscritti.

