



LA GESTIONE DELLA STRATEGIA COMMERCIALE

PREMESSE

Oggi più che mai, una strategia commerciale basata sulla conoscenza delle più moderne tecniche di vendita e di negoziazione è fondamentale per sviluppare un approccio consulenziale alla vendita e concludere con successo le trattative più complesse.

OBIETTIVI

Il corso si pone l'obiettivo formativo di insegnare a focalizzarsi sulle attività chiave della vendita: Valutare l'impatto sulla squadra e sulle altre funzioni, Gestire Budget e obiettivi: volumi, margini e nuovi clienti.

DESTINATARI

Direttori e responsabili vendite, Responsabili servizio post-vendita.

CONTENUTI

- Diagnosi interna: mappare la situazione competitiva di partenza;
- Utilizzare i diversi criteri di segmentazione;
- L'analisi della concorrenza;
- Definizione dei fattori critici di successo;
- Definizione del Business Model;
- Scegliere le linee guida strategiche e i relativi obiettivi di breve e medio periodo;
- Applicare il posizionamento strategico definendo tempi e azioni;
- Rendere il piano commerciale un riferimento.

DURATA

16 ORE

CERTIFICAZIONI

Attestato di frequenza inlingua - talent24