ASSOSERVIZI S.r.l.

La STRATEGIA DEL VALORE per MIGLIORARE LE VENDITE

Consulenti di direzione B&P

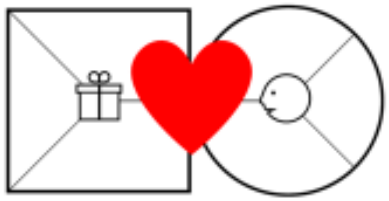
Corso di formazione Interaziendale

La strategia del valore per migliorare le vendite

Modulo 1
Progettare l'impresa

Comprendere il funzionamento di ogni impresa
Disegnare il **Business Model**
Analizzare e **potenziare** il modello si business in relazione agli **obiettivi**

Modulo 2
Capire il Cliente

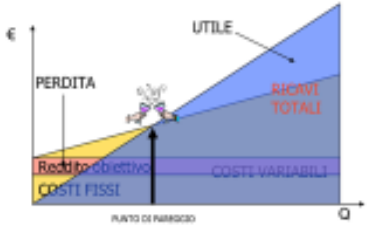


Conoscere le aspettative reali del cliente
Comprendere il modo in cui la proposta di valore dell'aziende sono in grado di realizzarle
Validare prima del suo lancio l'avvio di una innovazione di successo

Modulo 3
Analisi delle vendite con Excel

Trasformare i dati in informazioni
Individuare i segmenti di clienti con **alto potenziale**
Individuare i segmenti di **clienti su cui disinvestire**
Potenziare l'utilizzo di Excel in azienda

Modulo 4
Programmare il budget



Stabilire gli obiettivi per natura
Determinare il potenziale di vendita
Stabilire il **punto di pareggio**
Organizzare il processo di budget
Assicurare il controllo
Diffondere la cultura del budget

Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

PIANO DIDATTICO

TITOLO DEL MODULO	PROPOSTA DI VALORE	DOMANDE CUI DAREMO RISPOSTA
PROGETTARE L'IMPRESA	Rappresentare il funzionamento dell'impresa per capire dove agire per il suo miglioramento	• Quanto è adeguato il mio modello di business al contesto in cui opero? • In che modo le 9 componenti del Business model possono interagire meglio tra loro?
CAPIRE IL CLIENTE	Capire la prospettiva del cliente per costruire una proposta di valore imbattibile	• Cosa sta cercando il mio cliente? • In che modo realizzo davvero i suoi desideri? • Come posso potenziare il valore della mia azienda per lui?
ANALISI DELLE VENDITE CON EXCEL®	Fondare l'azione commerciale su una corretta conoscenza delle informazioni a disposizione	• Come si analizzano i database? • Qual è il valore dei segmenti di cliente? • In che modo si usano le tabelle pivot? • Quali clienti sono più importanti, e quali devo abbandonare?
PROGRAMMARE IL BUDGET	Come si costruisce, diffonde e controlla il budget delle vendite	• Chi è coinvolto dalla redazione del budget? • Quanto tempo ci vuole per scriverlo? • Cosa significa negoziare gli obiettivi? • Quali sono gli intervalli ideali di controllo? • Come si fa a realizzare un'analisi degli scostamenti davvero efficace?

Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

LA SQUADRA DI DOCENTI

Al fine di assicurare il massimo livello qualitativo possibile al percorso proposto, la Brogi & Pittalis Srl coinvolgerà nelle attività di docenza solo i partner.

	Luigi Pittalis – Socio Fondatore della B&P, ha curato oltre 100 progetti formativi per imprese e Associazioni imprenditoriali. Laureato in Economia, ha conseguito una Masterclass in Business Design con Alexander Osterwalder, inventore del Business Model Canvas. Responsabile dell'area formazione della B&P
	Massimo Brogi – Socio Fondatore della B&P, è specializzato nelle aziende che operano per commessa e nelle attività di potenziamento commerciale. Laureato in Economia, ha perfezionato il tema commerciale con la partecipazione a seminari internazionali sul tema.
	Flavia Sandrelli – Socia Socia dal 2008, ha portato la sua esperienza di manager di multinazionali al servizio delle imprese che segue con particolare riferimento all'area del controllo di gestione. Laureata in Economia, ha perfezionato il tema dell'efficienza nei processi con un master sulla Lean Organization
In relazione a specifiche esigenze, sarà possibile aggiungere ulteriori docenti per l'esecuzione delle attività in aula.	

Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

20 febbraio 2019

BUSINESS DESIGN PER L'IMPRESA DI DOMANI

Capire il funzionamento dell'impresa per costruire il suo successo nel tempo

Il Business Model Canvas **è un modello di rappresentazione aziendale che consente di evidenziare in che modo l'impresa costruisce e rende disponibile ai propri clienti la sua proposta di valore**

Creato da Alex Osterwalder e Yves Pigneur, dal suo lancio avvenuto nel 2010 ad oggi sono più di 5 milioni le persone che lo hanno adottato all'interno delle loro organizzazioni.

Le 9 sezioni di cui è composto saranno descritte ed esaminate da ognuno dei partecipanti su modelli di formato A1 per capire e potenziare il funzionamento della propria organizzazione.

PARTE 1 – IL BUSINESS DESIGN CON IL BUSINESS MODEL CANVAS

- Analisi di scenario e pianificazione: come capire da che parte arriverà l'innovazione che potrebbe compromettere il successo della nostra azienda
- Il funzionamento dell'impresa: come si illustra il modello di business con gli strumenti del Business Design

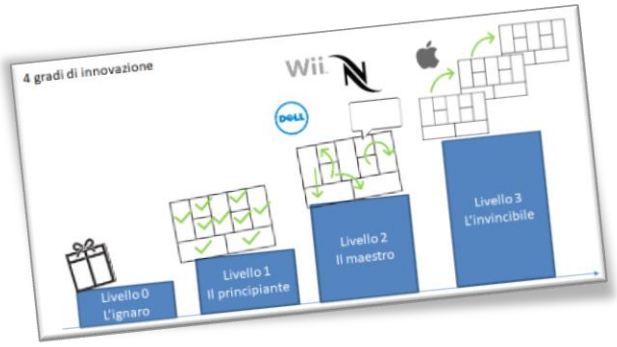
ESERCITAZIONE: **Raccontare il Caso NESPRESSO con il BMC**

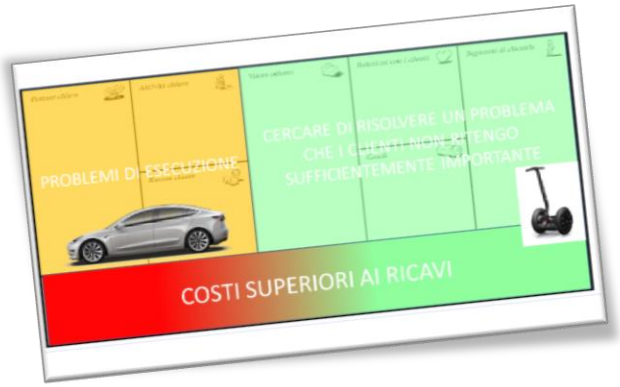
- Progettare l'**evoluzione dei modelli di business**: Dal dilettante all'invincibile! I 4 livelli di innovazione.

PARTE 2 – APPLICAZIONE PRATICA DEL MODELLO

Esercitazione guidata sul disegno del modello di business della propria azienda

- I 9 quadranti del modello – domande guida
- **I 3 pilastri** dei modelli di business vincenti:
  - Desiderabilità (***Segway***) – Fattibilità (***Tesla***) – Sostenibilità (***Sony***)
- Le **7 domande** per testare la forza del modello di business
- I **6 punti di attacco** per innovare il modello di business
- **Innovare per vincere**: qual è l'**organizzazione ideale** per assicurare che l'innovazione sia adottata e promossa





Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

27 febbraio 2019

CAPIRE IL CLIENTE

Conoscere il cliente per potenziare la capacità di generare valore

Quello che il cliente compra non è quasi mai ciò che l'imprenditore è convinto di vendergli.

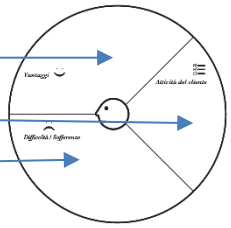
Per scoprire quanto la nostra proposta sia davvero di valore per i soggetti cui ci rivolgiamo è indispensabile **adottare la loro stessa unità di misura**.

PARTE 1 – IL VALUE PROPOSITION CANVAS

- **La Proposta di Valore:** come si fa a capire qual è il vantaggio che produciamo per il cliente.
  Le 3 tipologie di valore possibili (funzionale, sociale, emozionale)
- I 10 criteri con cui misurare le attività davvero importanti per il cliente

Esercitazione guidata: la proposta di valore di HILTI (B2B)

- **Disegnare la dimensione cliente della propria azienda:**
  - Vantaggi che vuole conseguire
  - Attività che deve svolgere
  - Difficoltà che deve risolvere



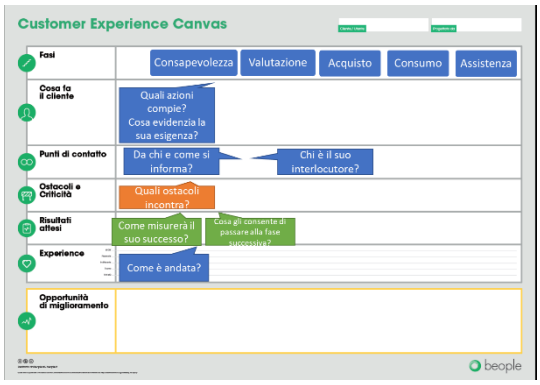
PARTE 2 – LA VALIDAZIONE DELLA PROPOSTA DI VALORE

- **5 modelli possibili** per capire se quello che il cliente sta comprando da noi è quello che siamo convinti di vendergli
- **Progettare una proposta di valore in grado di soddisfare il cliente**
  - **Generatori di vantaggi:** come riconoscerli
  - **Riduttori di difficoltà:** cosa sono e quando funzionano davvero

- **Disegnare la Customer Experience**
  - Come analizzare le 5 fasi di cui si compone la relazione con il cliente
  - Come progettare il potenziamento della proposta di valore
  - Come test in maniera oggettiva la nuova proposta di valore

Esercitazione: Disegnare la Customer Experience del cliente della propria azienda

- **Percorsi di potenziamento della Customer Experience**
  - **Riempire i vuoti**
  - **Miglioramento generale**
  - **Lavorare su testa e coda**



Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

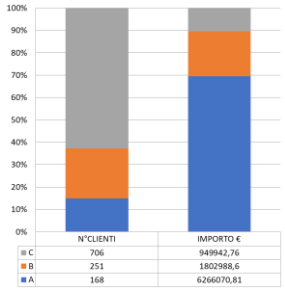
6 marzo 2019
ANALISI DELLE VENDITE CON EXCEL

Sfruttare al meglio il software di Office per interpretare i dati in azienda

Si stima che MS Excel® sia utilizzato mediamente al 10% del suo potenziale. La sua diffusione nelle imprese consente di valorizzare in maniera semplice i dati che sono già presenti. Impariamo come

PARTE 1 – DAI DATI ALLA CREAZIONE DI UN DATABASE ORDINATO

- La ***normalizzazione dei dati*** e la costruzione di un *data base*
- Le più importanti formule di excel utili ai fini delle analisi del fatturato di vendita e di fenomeni correlati (Correlazione tra database, Aggregazione di dati)
- Le **tabelle *pivot***: strumento fondamentale per l'analisi dei dati
- La *segmentazione della clientela*: Dimensioni e applicazione
- La *segmentazione dei prodotti*: Dall'analisi alla gestione della gamma
- L'**analisi ABC o di Pareto** del fatturato: con quanti clienti faccio il 80%, il 90%, il 100% del fatturato. Come farla e a cosa serve veramente

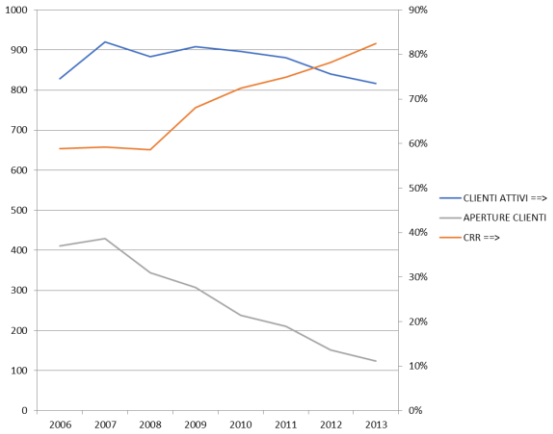


ANALISI ABC

PARTE 2 – DAL DATABASE ALLE INFORMAZIONI PER DECIDERE

7

- La **Curva di Lorenz** per la determinazione del rischio di clientela
- Le analisi *ABC incrociate*: ai clienti di classe A, B e C, quali prodotti vendo? Come estrarre delle liste di analisi mirate.
- Esempi di analisi e di report ottenibili: analisi per canale, area geografica, tipologia cliente, classi di prodotti, etc….
- Determinazione di **Customer Retention Rate** e Dollar Retention Rate
- La costruzione di un *cruscotto di controllo commerciale*
- *Grafici di rappresentazione delle tabelle di analisi*
- La georeferenziazione attraverso Google
- Le matrici di posizionamento dei clienti
- Lifetime Customer Value: come aumentare il valore del cliente nel tempo
- Strategie di miglioramento



Analisi fedeltà clienti

Il corso verrà interamente realizzato con il supporto di esercitazioni su database aziendali che saranno consegnati ai partecipanti.

E' richiesta la disponibilità del pacchetto MS Excel® in una versione successiva al 2010

Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

20 marzo 2019
IL BUDGET DELLE VENDITE

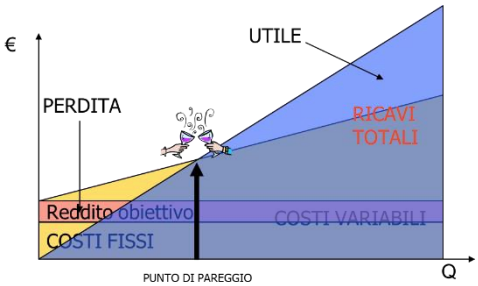
Progettare i numeri della vendita per assicurare il conseguimento degli obiettivi aziendali

Il budget aziendale è efficace solo se è la rappresentazione di un insieme di obiettivi.

Progettare correttamente il budget delle vendite è il risultato di un processo che può essere adottato con risultati straordinari se si seguono alcune regole fondamentali

PARTE 1 – CONOSCERE PER PROGRAMMARE

- Le 3 Q del Budget: Quando si deve fare, Quali sono le fasi da seguire, Quali sono i prospetti che lo compongono
- **Budget e Obiettivi:** Obiettivi di Mercato (quota e penetrazione), Obiettivi Economici, Obiettivi Finanziari
- Fonti di informazione per il calcolo del potenziale dei clienti
  - Interne
  - Esterne: quali sono, quanto costano e quando conviene prenderle in considerazione
- **Analisi del venduto e determinazione del potenziale:** come sfruttare al meglio le informazioni disponibili in azienda
  - Analisi ABC delle vendite (per cliente, per prodotto, su fatturato, su margine)
  - Matrici di classificazione dei clienti
- Break Even Analisys:



ESERCITAZIONE: Calcolo del punto di pareggio sulla base di un Conto economico

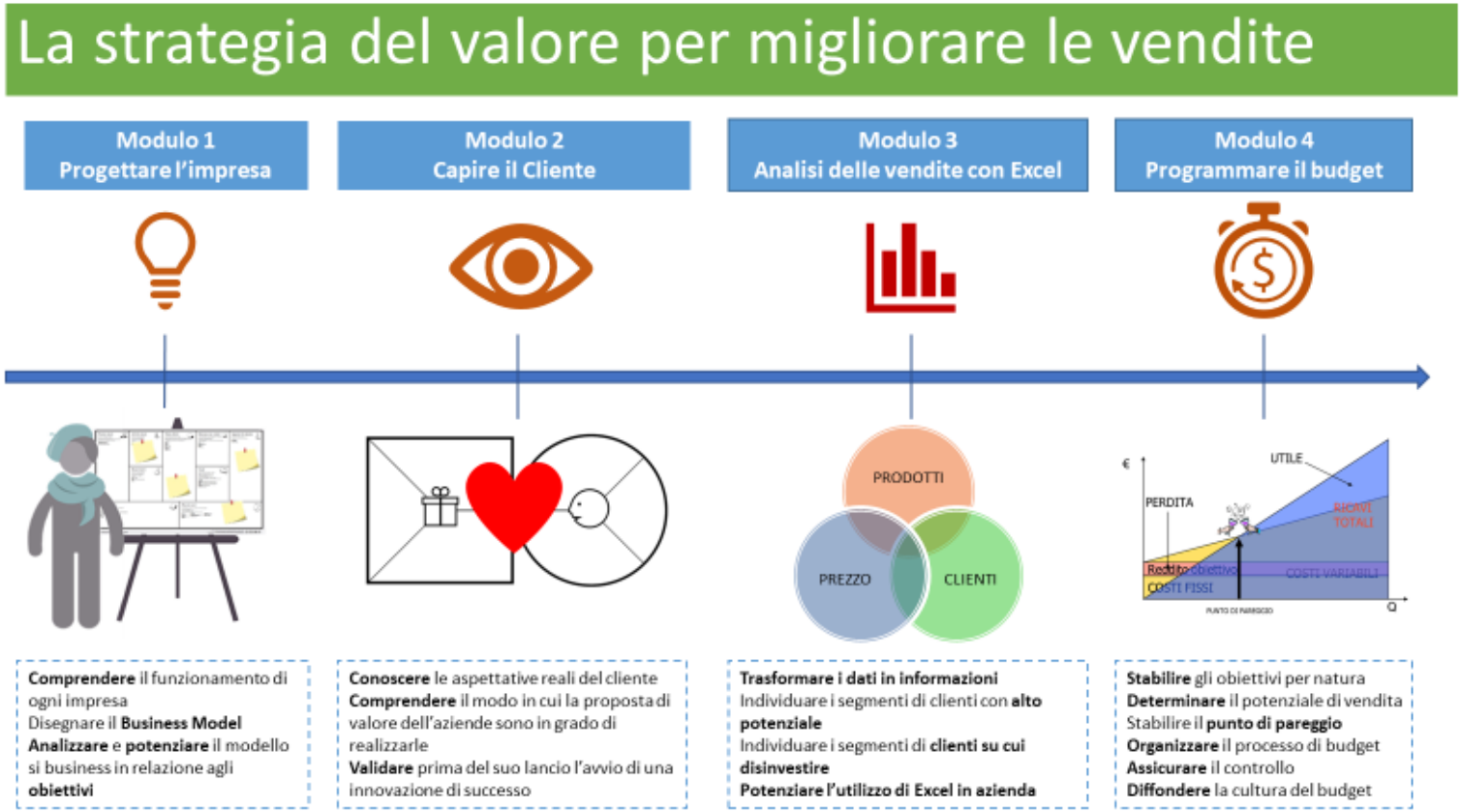
PARTE 2 – DAI NUMERI ALLE PERSONE

- Il calendario di budget: Dal preconsuntivo alla formalizzazione
- Gli **intervalli di controllo**: Come evitare che il processo prenda il sopravvento sugli obiettivi di un sistema di programmazione e controllo
- Il **Comitato di budget**: poteri e collocazione organizzativa
- La **"trattativa di budget"** per la definizione degli obiettivi
- La **gestione per obiettivi**: quando funziona e come si implementa
- L'analisi degli scostamenti: report e feed-back strutturati
- Budget e sistemi di incentivazione:

ESERCITAZIONE: Simulazione di una riunione di controllo

Brogi & Pittalis srl
Via delle Panche 79, 50141 – Firenze PI e CF 05390370483, cap. soc. 28.571,00 € i.v.
Tel 0553424720 – www.direzionebp.com

DESTINATARI E UTILITA'



Titolare				
Responsabile Commerciale				
Responsabile Marketing				
Addetto area commerciale				
Altro				

PROPOSTA DI OFFERTA

ORARIO: 09.00-13.00 e 14.00-18.00

SEDE: Assoservizi Srl, Via Roma 2, Arezzo

E' POSSIBILE ACQUISTARE L'INTERO CORSO O I SINGOLI MODULI

CORSO INTERO

€ 600 + IVA per Aziende Associate Confindustria Toscana Sud

€ 800 + IVA per Aziende non Associate Confindustria Toscana Sud

SINGOLO MODULO:

€ 200 + IVA per Aziende Associate Confindustria Toscana Sud

€ 250 + IVA per Aziende non Associate Confindustria Toscana Sud

10

SEDE: Assoservizi Srl, Via Roma 2, 52100 Arezzo

Per iscrizioni on line, usare questo link indicando

Codice corso 19029

Per informazioni rivolgersi a Luigi Pittalis – 055 34 24 720