

EXECUTIVE MASTER 2026

Sapere, saper fare e saper prevedere i risultati

Migliorare le performance economiche della rete di vendita

Dal 20/02/26 al 15/05/26 – 52 ore



UNIONE
INDUSTRIALE
BIELLESE



AssoServizi Biella S.r.l.

Sapere, saper fare e saper prevedere i risultati

OBIETTIVI

Il percorso si pone l'obiettivo generale di migliorare sensibilmente le performance economiche della rete di vendita, e di dare valore alla relazione commerciale anche in situazioni di complessità.

DESTINATARI

Il percorso è rivolto a Responsabili Commerciali, Area Manager, Venditori e a chi gestisce le leve commerciali (prezzi, sconti, termini di pagamento, tempi di consegna).

MODULO 1 – LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE E I MERCATI ESTERI – 16 ore

OBIETTIVI

- Sensibilizzare sull'importanza della pianificazione delle attività commerciali in base agli obiettivi aziendali.
- Fornire linee guida per la costruzione di piani di vendita mirati e diversificati per la gestione dei portafogli clienti, delle zone, dei segmenti di clientela e delle linee di prodotto/servizio.
- Fornire strumenti per l'ingresso su nuovi mercati (geografici e merceologici).

CONTENUTI

- Definizione del processo da seguire per entrare su nuovi mercati: step e info necessarie.
- Definizione e individuazione dei clienti potenziali a maggiore attrattività.
- L'analisi dei segmenti e dei clienti potenziali.
- L'analisi dei portafogli clienti.
- Obiettivi e priorità nella vendita.

Sapere, saper fare e saper prevedere i risultati

- La pianificazione delle visite commerciali.
- Le campagne di vendita.
- Il controllo delle attività di vendita.
- Ideazione e pianificazione delle attività di sviluppo: da lead a cliente.
- La comunicazione e l'approccio efficace ai clienti potenziali.
- L'utilizzo efficace e proattivo del CRM.

MODULO 2 - VENDITA DEL VALORE - 12 ore

OBIETTIVI

- Conoscere e razionalizzare il processo di acquisto per ciascun cliente.
- Comprendere cosa ha valore per il cliente.
- Configurare un'offerta unica per ciascun cliente e sviluppare le argomentazioni più efficaci.

CONTENUTI

- Il valore per il cliente.
- Analisi dei processi di acquisto, la vendita a più interlocutori.
- La scelta delle argomentazioni più efficaci in base alla classificazione dei clienti.
- I comportamenti efficaci per tipo di clienti.
- Le componenti di valore dell'offerta.
- Come comunicare il valore dell'offerta e sostenere il prezzo.
- Gli argomenti economici per la vendita.
- La chiusura della vendita.
- Il post vendita.

Sapere, saper fare e saper prevedere i risultati

MODULO 3 – TECNICHE DI NEGOZIAZIONE – 12 ore

OBIETTIVI

- Apprendere ed applicare tecniche di negoziazione.

CONTENUTI

- Cosa significa negoziare.
- Il ruolo del negoziatore.
- Gli stili, le strategie e le tattiche negoziali.
- La negoziazione integrativa e ripartitiva.
- La negoziazione del prezzo.
- Tecniche evolute di negoziazione del prezzo per ottenere di più salvaguardando la relazione.
- Sconti e concessioni: come agire.
- Il raggiungimento e la chiusura dell'accordo finale.

MODULO 4 – ELEMENTI BASE DI FINANZA - 12 ore

OBIETTIVI

- Fornire i concetti base sulla creazione di valore da parte dell'azienda.
- Comprendere gli impatti delle scelte di ciascun settore dell'azienda sulla creazione di valore.
- Diventare sensibili sulle conseguenze delle scelte commerciali e sul binomio efficacia/impatto sul valore per l'azienda e per il cliente.
- Saper gestire le leve commerciali in relazione agli obiettivi dell'azienda.

Sapere, saper fare e saper prevedere i risultati

CONTENUTI

- I costi diretti e indiretti, fissi e variabili.
- Il significato dei prospetti contabili (conto economico, stato patrimoniale e flussi di cassa).
- Gli indicatori chiave per valutare la salute economico-finanziaria dell'impresa.
- Gli impatti delle decisioni commerciali sul risultato economico e sulla liquidità.
- Il Break Even Point con particolare applicazione all'aumento di fatturato necessario a compensare uno sconto per recuperare la redditività.
- Numerose simulazioni *what if* (cosa sarebbe successo se...) per esplorare le conseguenze di strategie commerciali per cliente rispetto ad un singolo prodotto e ad un mix di prodotti.



Sapere, saper fare e saper prevedere i risultati

DOCENTI

Dott.ssa Valeria Tonella e Dott. Anacleto Pensotti

Docenti e consulenti aziendali vantano un'esperienza ultradecennale nell'ambito del controllo di gestione, nella definizione di piani strategici, business intelligence e finanza oltre che di analisi di fattibilità e valutazione degli impatti di azioni commerciali e di marketing.

INFORMAZIONI GENERALI

Calendario

- Ven 20/02/26 09.00 – 13.00
- Ven 27/02/26 09.00 – 13.00 e 14.00 – 18.00
- Ven 06/03/26 09.00 – 13.00
- Ven 20/03/26 09.00 – 13.00
- Ven 27/03/26 09.00 – 13.00 e 14.00 – 18.00
- Ven 10/04/26 09.00 – 13.00
- Ven 24/04/26 09.00 – 13.00 e 14.00 – 18.00
- Ven 08/05/26 09.00 – 13.00 e 14.00 – 16.00
- Ven 15/05/26 09.00 – 13.00 e 14.00 – 16.00

Sede:

- Unione Industriale Biellese, via Torino 56 - Biella.

Modalità di partecipazione

Chiusura iscrizione venerdì 13/02/2026 (o al raggiungimento del nr. massimo di posti disponibili)

compilando il modulo di iscrizione disponibile al seguente link:

[ISCRIVITI ORA](#)

Quota partecipazione non associati: € 2.600,00 + IVA

Quota agevolata per associati*: € 2.100,00 + IVA

Quota dal secondo iscritto: € 1.750,00 + IVA*

Pagina web del corso: [clicca qui](#)

Formazione su misura

Questo corso può essere realizzato su misura per l'azienda e personalizzato sulla base degli obiettivi formativi interni
[>> scopri di più](#)

Formazione finanziata

Assoservizi è a disposizione per la ricerca di contributi destinati a finanziare il corso di formazione
[>> scopri di più](#)



Edoardo Lanza
T. 015 8483 272
formazione@ui.biella.it



AssoServizi Biella S.r.l.



* Aziende associate a Unione Industriale Biellese e in regola con il versamento dei contributi associativi al momento dell'iscrizione