

Seminario - SE 400

## Conoscere il cliente ed il mercato di riferimento

**Corso presso: Milano****Durata: 2gg****Date: 20 - 21 Mar 2025****Prezzo: € 1.300,00**Scarica modulo iscrizione:  
[www.festoct.it/iscrizione](http://www.festoct.it/iscrizione)

### Rivolto a

Figure commerciali (Direttore Vendita, Account Manager, Area Manager, Professional che collaborano con la forza vendita quali Tecnici di prevendita) e figure di Marketing (Marketing Manager, Product Manager e Marketing communication manager) che operano in stretto contatto con la struttura di vendita.

### Obiettivi

Il percorso è pensato in una duplice prospettiva: dare strumenti concreti di marketing a chi si occupa di vendita e fornire a chi si occupa di marketing la giusta sensibilità commerciale

### Contenuti

#### ■ Azienda e Mercato: le premesse

- Breve analisi del contesto competitivo e delle principali variabili: market trends, competitive overview, analisi del proprio posizionamento
- Fattori critici di successo

#### ■ La segmentazione e il posizionamento

- Cosa rappresentano per la vendita
- Come sono veicolati dalla funzione commerciale
- Posizionamento e politiche di mercato

#### ■ Client Focus

- Ruoli, persone e strategie: valutazione della quota cliente e del potenziale d'acquisto
- Il sistema di mapping strategico
- Il processo d'acquisto del cliente
- Tecniche di allineamento tra buying e selling strategy

#### ■ Cenni di marketing d'acquisto da parte del cliente

- La scelta del fornitore e l'allocazione delle quote di fornitura
- La gestione strategica del parco fornitori e del rischio di fornitura

#### ■ Il valore percepito dal cliente

- Il concetto di valore
- Valore e criteri decisionali del cliente

[Prosegue -->](#)

Pagina 1/2

- Misurare il valore
- Come il valore può e deve essere utilizzato dalla vendita

#### ■ **Le leve del marketing operativo nell'ottica delle vendite**

- Soluzioni e servizi verso prodotto
- Prezzo
- Strumenti di comunicazione per il mondo industriale

#### ■ **Sincronizzare marketing e vendite**

- Far parlare il marketing con le vendite
- L'importanza delle informazioni di ritorno dal mercato
- Coerenza tra piano di marketing e piano di vendita

#### **Sperimenterete**

- Esercitazioni e lavori di gruppo su best practice
- Analisi e discussioni di casi ed esperienze aziendali