



Executive Program in
Sales
Management



PERCHÉ PARTECIPARE?

L'**Executive Program in Sales Management** è il percorso ideale per chi vuole acquisire competenze strategiche e operative per gestire al meglio il processo di vendita.

Scoprirai come **anticipare le esigenze dei clienti** e creare proposte di valore vincenti, utilizzare l'**intelligenza artificiale e gli strumenti digitali** per ottimizzare il processo di vendita e **gestire trattative complesse** con tecniche di negoziazione avanzate

PERCHÈ SCEGLIERLO?

- **Approccio pratico e strategico** – Il programma combina teoria e applicazioni concrete, fornendo strumenti immediatamente utilizzabili per ottimizzare strategie di vendita, budgeting e performance commerciali.
- **Business Simulation e casi reali** – I partecipanti metteranno alla prova le proprie competenze attraverso simulazioni di vendita competitive e analisi di casi aziendali, consolidando l'apprendimento in modo dinamico e coinvolgente.
- **Networking e Innovazione** – L'opportunità di confrontarsi con docenti esperti e professionisti del settore permette di ampliare la propria visione e scoprire come le nuove tecnologie, incluse le soluzioni basate sull'Intelligenza Artificiale, stanno trasformando il mondo delle vendite.

DESTINATARI

- **Sales Account e Key Account** che desiderano formarsi per crescere professionalmente
- **Area Sales Manager e Area Manager** che desiderano aggiornare le proprie competenze e innovare i processi di vendita nelle loro aziende

MODALITA' E DURATA



64 ore in presenza



8 moduli con frequenza da maggio a ottobre 2025



Calendario:

13/05 – 29/05 – 12/06 – 24/06 – 15/07 – 9/09 – 26/09 – 14/10



Fascia oraria: 9.00 - 13:00 / 14.00 - 18.00



Docenti **altamente qualificati**



Business Simulation



Servizio di **self assessment**



Gli incontri si svolgeranno tutti in presenza presso:
FORPIN - Strada della Bosella, 14/16 - Piacenza



Iscrizioni entro il 18 aprile 2025.

Numero massimo partecipanti **18.**

PROGRAMMA DEL CORSO

1

Prospecting e Acquisition: conquistare nuovi clienti

2

Pianificazione dell'attività di vendita e prospezione

3

La negoziazione avanzata - 1° parte

4

La negoziazione avanzata - 2° parte

5

Dal costing al pricing: strumenti per la gestione del costo e del margine

6

Economics e Budget delle vendite

7

Generative AI per le vendite

8

Business Simulation

PROSPECTING E ACQUISITION: CONQUISTARE NUOVI CLIENTI

Data: 13/05/2025

Durata: 8 ore

Docente: Emanuele Maria Sacchi



Obiettivo

Fornire tecniche efficaci per acquisire nuovi clienti e superare le resistenze iniziali, creare un impatto memorabile e ottenere appuntamenti di qualità, aumentando il tasso di conversione e costruendo fiducia fin dal primo contatto.

Argomenti

- **L'atteggiamento mentale dell'acquisitore:** niente alibi, niente improvvisazione.
- **La telefonata efficace:** tecniche per superare i filtri.
- **La prima impressione vincente:** come costruire una presentazione memorabile.
- **Strategie** per ottenere un appuntamento utilizzando il "**gancio**".
- I **4 stati mentali** del cliente prospect e come interpretarli.
- **Tecniche avanzate** per una telefonata efficace al cliente prospect.
- Le **10 obiezioni** più comuni e come superarle per ottenere un incontro.
- Le due **risposte** chiave per aumentare il tasso di **conversione**.
- Come **conquistare credibilità** e fiducia nei primi 4 minuti dell'incontro.
- **Esercitazioni** pratiche e role play mirati.

Data 29/05/2025

Durata: 8 ore

Docente: Marco Bona - Choralia



Obiettivo

Definire un metodo di lavoro per la messa a punto della pianificazione commerciale, che garantisca equilibrio fra effort e raggiungimento degli obiettivi di sviluppo business e di fidelizzazione della base clienti esistente.

Argomenti

- **Pianificazione operativa**, strategica e tattica
- **Analisi della prestazione e dei KPI**, dal fenomeno alla causa (indicatori di prestazione, parametri di attività e competenze correlate)
- **Uso strategico del CRM** per monitorare la prestazione di vendita
- La **segmentazione operativa**: allocare tempi ed effort di vendita alle opportunità
- Il **sales funnel**: definizione degli obiettivi di attività, previsione dei risultati, monitoraggio dei risultati ed identificazione degli interventi correttivi
- **Redditività** per la propria azienda e per il cliente

Data: 12/06/2025

Durata: 8 ore

Docente: Emanuele Maria Sacchi



Obiettivo

Sviluppare competenze avanzate per gestire trattative complesse, ottimizzando la comunicazione e la relazione con il cliente.

Argomenti

- **Step 1: Il Warm Up**

- Gestire la prima impressione e definire le “regole del gioco”.
- Creare empatia con il cliente attraverso il pacing e il metodo dialettico
- Individuare le reali esigenze del cliente
- Costruire fiducia con la “value proposition” e la “conquista di credibilità”.

- **Step 2: Domande Mirate e Criteri**

- Tecnica della “Rosa” per raccogliere informazioni strategiche.
- Metodo O.R.M.E. per ottenere risposte utili.
- Rispetto dei criteri del cliente per ottenere risultati ottimali.
- Tecniche avanzate di pricing e applicazione pratica tramite esercitazioni e role play.

Data: 24/06/2025

Durata: 8 ore

Docente: Emanuele Maria Sacchi



Obiettivo

Fornire approfondimenti delle tecniche di chiusura e fidelizzazione del cliente, con una particolare attenzione al superamento delle obiezioni e alla gestione delle dinamiche finali della negoziazione.

Argomenti

- **Step 3: Consequence Selling**

- Ragionare sulle conseguenze: esplorazione dell'essenza della negoziazione, consulenza e fidelizzazione.
- Esercitazioni e role play per applicare la tecnica del Consequence Selling, focalizzandosi sulle conseguenze delle azioni del cliente.

- **4° Step: La Chiusura**

- Gestire il silenzio: la peggiore obiezione e come affrontarla.
- Individuare la vera obiezione del cliente
- Superamento delle obiezioni
- Bump Model: applicazione del modello per superare gli ostacoli.
- Tecniche di chiusura: metodi per chiudere la trattativa con successo.
- Mantenere il rapporto: la tecnica degli "strokes" per preservare una relazione duratura con il cliente

Data: 15/07/2025

Durata: 8 ore

Docente: Cristina Mariani



Obiettivo

Fornire una comprensione critica del full costing, evidenziandone limiti e rischi, e sviluppare competenze pratiche per un'analisi dei costi che ottimizzi gli utili, gestendo strategicamente i margini di contribuzione per cliente e prodotto.

Argomenti

- Differenze tra Full Costing, Direct Costing e Activity Based Costing.
- Identificazione e classificazione dei costi
- Indicatori Chiave di Performance Finanziaria
- Margine di contribuzione, MOL/Ebitda e l'importanza del monitoraggio continuo.
- Criteri e analisi di Imputazione dei Costi Fissi
- Full Costing nelle Decisioni Make-or-Buy
- Analisi dei costi di produzione interna vs acquisto esterno
- Gestione dei Costi Speciali
- Esercitazione e analisi di Make-or-Buy e di casi reali

Data: 09/09/2025

Durata: 8 ore

Docente: Cristina Mariani



Obiettivo

Fornire le competenze per analizzare, redigere e gestire un budget delle vendite efficace, garantendo la coerenza con gli obiettivi aziendali e migliorando la capacità di previsione e monitoraggio delle performance di vendita.

Argomenti

- Struttura e componenti del budget delle vendite.
- Collegamenti con altri budget aziendali.
- Tecniche di previsione e loro affidabilità.
- Analisi della coerenza con dati storici.
- Indicatori di performance e monitoraggio.
- Impatto sulle dinamiche finanziarie.
- Casi studio ed esercitazioni pratiche.
- Simulazione su un budget reale.
- Confronto di best practices.

Data: 26/09/2025

Durata: 8 ore

Docente: Federico Vigorelli Porro - Choralia



Obiettivo

Apprendere l'uso della Generative AI nelle vendite.

Argomenti

- Generative AI: Large Language Model (ChatGPT, Claude, Copilot)
- Overview delle potenzialità della GenAI
- Sintesi di trend di mercato e documenti
- Scrittura di e-mail di prospezione
- Stesura di presentazioni e Sales Pitch (con Gamma)
- Scrittura di contenuti per il Personal Branding
- Analisi di dati

Data: 14/10/2025

Durata: 8 ore

Docente: Federico Vigorelli Porro - Choralia



Obiettivo

Mettere alla prova le competenze di vendita acquisite nel percorso in una simulazione di vendita competitiva, in modo da consolidare l'approccio commerciale in maniera pratica e divertente.

Programma

Durante la simulazione, i partecipanti verranno coinvolti in un'esperienza pratica e coinvolgente, dove dovranno applicare le conoscenze acquisite durante tutto l'executive program. Attraverso l'analisi di casi pratici e scenari realistici, le simulazioni di trattative e decisioni strategiche, ogni partecipante avrà l'opportunità di testare il proprio approccio commerciale, affinare le capacità di negoziazione e migliorare la gestione del budget delle vendite.

L'attività è strutturata per favorire il confronto, stimolare il problem solving e rafforzare la consapevolezza delle dinamiche di vendita in un ambiente sfidante ma sicuro. Al termine della simulazione, un momento di debriefing consentirà di analizzare le strategie adottate e condividere best practices, consolidando così le competenze apprese in aula.

FACULTY



Emanuele Maria Sacchi

Presidente di Evolution Network (Consulenza di Direzione e formAzione); Executive Coach di Lee Hecht Harrison - Leadership Consulting di New York. Docente al MIP - Politecnico di Milano, dove insegna Negoziazione, Leadership e Comportamento Organizzativo ai Master e agli Executive Master di Business Administration (MBA) ed Executive Manager di Dale Carnegie collaborando con aziende di 16 differenti paesi.



Cristina Mariani

Professore a contratto presso il Master “Account & Sales Management” per l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Consulente e docente, supporta le aziende in area commerciale (marketing, vendite, customer experience, business writing) oltre che per pricing e controllo del cash flow. Autrice di 7 libri tra cui “Pricing – Come gestire l’aumento dei prezzi” (2022). Direttore editoriale della collana “Impresa Diretta” per la casa editrice Franco Angeli.



Marco Bona

Equity partner di Choralia dove dal 2007 svolge la professione di consulente e formatore, con una focalizzazione sui temi del marketing strategico e operativo, vendite e trade marketing: oggi segue progetti nelle aree del general management, marketing, vendite e delle dinamiche relazionali applicate alla realtà operativa. È inoltre Client Leader su progetti di analisi statistica del rapporto tra competenze e performance basati sul modello VANTIC®.



Federico Vigorelli Porro

Psicologo, CEO di Choralia , dove si occupa di comunicazione e vendite. Project Manager in progetti di sviluppo delle reti commerciali, è specializzato in innovazione digitale, materia che insegna ai master in risorse umane della 24 Ore Business School. Dal 2020 è certificato Professional Scrum Master.

QUOTA DI ISCRIZIONE



€ 3.600,00 + IVA per aziende non associate a Confindustria Piacenza.



€ 2.200,00* + IVA per aziende associate a Confindustria Piacenza.

**La cultura Manageriale e il suo sviluppo, hanno un ruolo strategico nel mantenere e implementare la competitività e il business aziendale. Per questo motivo Confindustria Piacenza, al fine di sostenere le proprie aziende associate, ha ritenuto importante integrare ogni singola quota di partecipazione con un contributo di 1.400 €.*

INFORMAZIONI

Matteo Agosti ✉ matteo.agosti@forpin.it ☎ 339.1244241

Nadia Vincini ✉ nadia.vincini@forpin.it ☎ 335.1992369

Enrico Massari ✉ enrico.massari@forpin.it ☎ 370.3519782

FORPIN - Sede del corso:

🏠 **Strada della Bosella, 14/16 - Piacenza**

☎ **0523 307411**

✉ **forpin@forpin.it**

🌐 **www.forpin.it**