



CONFINDUSTRIA
PIACENZA

EXECUTIVE PROGRAM IN

Sales Management

Dalla pianificazione alla negoziazione:
il Sales Management a 360°

13 OTTOBRE 2026 - 24 MARZO 2027

Forpin Piacenza

An abstract graphic in the bottom left corner consisting of multiple overlapping, curved white grid lines that create a sense of depth and movement against the red background.

Perchè 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

Modalità e durata



64 ore in presenza



8 moduli con frequenza da ottobre 2026 a marzo 2027



il **modulo 6** sarà diviso in due diverse giornate, una dedicata ai **sales manager (modulo 6/a)** e una per i **sales account (modulo 6/b)**



CALENDARIO

13/10 - 3/11 - 24/11 - 15/12 - 19/01 - 9/02 o 10/02 - 3/03 - 24/03



Fascia oraria: 9.00 - 13.00 / 14.00 - 18.00



Docenti **altamente qualificati**



Business simulation



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



Iscrizioni entro il **30 settembre 2026**.
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 <i>Parte prima</i>	
4	LA NEGOZIAZIONE AVANZATA <i>Parte seconda</i>	
5	METODI PER LA MISURAZIONE DEL VALORE NEL B2B	
6/A	RESPONSABILI COMMERCIALI: BUDGET, KPI, PRICING CON AI	← PER SALES MANAGER
6/B	TATTICHE DEI BUYER E TECNICHE DI UPSELLING E CROSS SELLING	← PER SALES ACCOUNT
7	GESTIRE LA TRATTATIVA CON L'AIUTO DELL'AI	
8	BUSINESS SIMULATION	

1 Prospecting e acquisition: conquistare nuovi clienti

Data: 13/10/26

Durata: 8 ore

Docente: **Emanuele Maria Sacchi**



OBIETTIVO

Fornire tecniche efficaci per 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

2 Pianificazione dell'attività di vendita e prospezione

Data: 3/11/26

Durata: 8 ore

Docente: **Lorenzo de Grandi**
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

3 Negoziazione avanzata

Parte prima

Data: 24/11/26

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

4 Negoziazione avanzata

Parte seconda

Data: **15/12/26**

Durata: **8 ore**

Docente: **Emanuele Maria Sacchi**



OBIETTIVO

Fornire approfondimenti sulle 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

Step 4: 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

5 Metodi per la misurazione del valore nel B2B

Data: 19/01/27

Durata: 8 ore

Docente: **Cristina Mariani**



OBIETTIVO

Fornire un metodo strutturato per far emergere, dimostrare e comunicare il valore economico utilizzando strumenti professionali applicabili nelle trattative complesse.

Saper trasformare una scheda tecnica in una mappa del valore, quantificare il beneficio economico rispetto alle alternative e sostenere un premium price con argomentazioni numeriche credibili.

ARGOMENTI

- **Far emergere il valore:** dalla scheda tecnica alla mappa del valore (CVB)
- **Dimostrare il valore:** dalla percezione ai numeri (TCO)
- **Total Cost of Ownership (TCO):** il costo reale delle alternative
- **Difendere e comunicare il valore:** rendere il premium price sostenibile (Fishbein Analysis)
- Integrazione dei metodi e **utilizzo strategico**

6/A Responsabili commerciali: budget, KPI, pricing con AI *per sales manager*

Data: **09/02/27**

Durata: **8 ore**

Docente: **Cristina Mariani**



OBIETTIVO

Fornire ai responsabili commerciali gli strumenti economico-finanziari per trasformare intuizioni in decisioni basate sui dati: definizione di obiettivi realistici, allocazione delle risorse, valutazione della redditività per cliente e prodotto.

ARGOMENTI

- **KPI Commerciali: Dal Fenomeno alla Causa** - distinzione tra indicatori di risultato e di attività per interpretare correttamente le performance commerciali. Utilizzo di dashboard e analisi degli scostamenti per individuare rapidamente le cause delle deviazioni, scegliendo il giusto livello di dettaglio
- **Budget delle Vendite: Costruzione e Monitoraggio** - struttura del budget delle vendite e collegamento al conto economico previsionale. Tecniche di previsione bottom-up e top-down, definizione di obiettivi realistici e monitoraggio periodico per attivare azioni correttive coerenti con gli Adeguati Assetti
- **Pricing Strategico e Gestione dei Margini: dal costo al valore** - logiche di pricing e gestione del margine di contribuzione. Impatto degli sconti, mix di prodotto e segmentazione clienti per migliorare la redditività, andando oltre il solo fatturato

6/B Tattiche dei buyer e tecniche di upselling e cross-selling

per sales account

Data: 10/02/27

Durata: 8 ore

Docente: **Cristina Mariani**



OBIETTIVO

Aiutare i venditori B2B a riconoscere e neutralizzare le tattiche dei buyer professionali, mantenere la marginalità anche sotto pressione e trasformare i clienti esistenti in opportunità di crescita tramite upselling e cross-selling strutturato.

L'approccio è pratico e basato su simulazioni, con tecniche immediatamente applicabili nelle trattative reali.

ARGOMENTI

- **Le principali tattiche dell'acquirente:** pressione temporale ed economica, decisore fantasma, poliziotto buono/cattivo, richieste incrementalmente e false concessioni
- **Contromisure:** riconoscimento precoce, gestione emotiva, tecniche di rallentamento, costruzione di contro-offerte e preparazione negoziale (BATNA, obiettivi, concessioni)
- **Upselling:** identificare opportunità, valorizzare la versione superiore, costruire il gap di valore
- **Cross-selling:** mappare bisogni complementari, creare bundle, approccio consulenziale e misurazione dei risultati
- **Role-play,** simulazioni e analisi di casi per applicare le tecniche in scenari realistici

7 Gestire la trattativa con l'aiuto dell'intelligenza artificiale

Data: **03/03/27**

Durata: **8 ore**

Docente: **Federico Vigorelli Porro**
Choralia



OBIETTIVO

Sviluppare la capacità di integrare l'Intelligenza Artificiale Generativa nelle principali fasi della trattativa commerciale, dalla preparazione alla chiusura. I partecipanti impareranno a usare l'AI per aumentare l'efficacia negoziale, anticipare obiezioni, costruire argomentazioni più mirate e migliorare le proprie performance attraverso simulazioni digitali.

ARGOMENTI

- Ruolo e scenari d'**uso dell'AI generativa nelle vendite**, con focus su strumenti come ChatGPT, Copilot e soluzioni verticali
- Preparazione della **trattativa con l'AI**: ricerca cliente, analisi competitiva, proposta di valore, anticipazione obiezioni
- **Simulazioni conversazionali con Discitur.ai** per allenare gestione delle obiezioni e tecniche di vendita
- **Esercitazioni pratiche**: preparazione casi reali, simulazioni guidate, ottimizzazione dei prompt
- **Toolkit operativo** e piano d'azione per integrare l'AI nel proprio ciclo di vendita

8 Business simulation

Data: **24/03/27**

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.

ARGOMENTI

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.



Lorenzo de Grandi

Consulente e docente in Formazione e Risorse Umane, fondatore di Choralia, dove si occupa di sviluppo delle competenze e performance commerciali. Ha un background in Sales e Marketing nei settori Mass Market e Pharma ed esperienza con Wilson Learning Corporation. Progetta interventi basati su evidenze comportamentali e supporta executive team nei processi decisionali. Laureato in Economia alla Cattolica, ha completato parte della sua formazione negli Stati Uniti.



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

€ 3600 + IVA

per aziende non associate

€ 2700 + IVA

aziende associate a Confindustria Piacenza e LAA

Informazioni

Matteo Agosti ✉ matteo.agosti@forpin.it

☎ 339 1244241

Nadia Vincini ✉ nadia.vincini@forpin.it

☎ 335 1992369

FORPIN - Sede del corso

Strada della Bosella, 14/16 - Piacenza

0523 307411 - forpin@forpin.it

www.forpin.it

