



V14 - LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE

Dalla strategia all'azione: come strutturare e guidare un piano commerciale performante

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
22 maggio 2026	1 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Una pianificazione commerciale accurata è fondamentale per assicurare un'esecuzione di successo delle strategie aziendali.

Questo corso è dedicato a professionisti che vogliono migliorare la loro capacità di pianificare e gestire le attività commerciali. I partecipanti impareranno a costruire un piano commerciale completo, a identificare le opportunità di mercato e a creare un budget realistico. Attraverso esercitazioni pratiche, sarà possibile simulare l'analisi del contesto competitivo e monitorare l'andamento del piano commerciale con l'uso di KPI e indicatori di performance.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e Direttori Vendite
- Manager Commerciali
- Imprenditori e Responsabili di Business Unit
- Professionisti che desiderano migliorare la capacità di pianificare le proprie attività commerciali
- Chiunque voglia approfondire l'importanza della pianificazione strategica delle vendite

APPRENDERETE A...

- Creare un piano commerciale completo, dalla definizione delle fasi alla gestione delle opportunità
- Analizzare il contesto di mercato e prevedere le possibili mosse dei competitor
- Identificare i punti di forza e debolezza dell'offerta per creare una proposta vincente
- Veicolare efficacemente l'offerta sul mercato, identificando il match ideale tra offerta e target
- Costruire un budget commerciale realistico e definire un piano d'azione per raggiungerlo
- Monitorare l'andamento del piano commerciale attraverso l'analisi del funnel e dei principali indicatori di performance (KPI)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercitazioni sulla creazione di un piano commerciale personalizzato per il proprio business
- Simulazioni sull'analisi del contesto competitivo e la pianificazione di strategie di mercato
- Prova pratica su come costruire un budget e tradurlo in un piano d'azione operativo
- Case studies reali riguardanti il monitoraggio del piano commerciale e l'analisi dei Key Performance Indicator

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V14 - LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE

PROGRAMMA

Creare un piano commerciale

- Cos'è un piano commerciale e le sue caratteristiche
- Perché è importante pianificare nell'ambito delle vendite
- Le fasi del piano commerciale

L'analisi del contesto

- L'analisi dei trend di mercato
- Le possibili strategie dei competitor
- Definizione dei punti di forza e debolezza dell'offerta

Veicolare l'offerta sul mercato

- Il match tra offerta e cliente/mercato target
- Le strategie di presidio del mercato
- Il processo di creazione e qualificazione delle opportunità
- Le tecniche di qualificazione delle opportunità

Costruire il budget e il piano d'azione

- Il processo di lead generation
- Dalle opportunità alle fonti di fatturato
- Come costruire un budget
- L'identificazione dei canali di contatto
- Definire il piano di azione per assicurarsi il budget

Il monitoraggio del piano commerciale

- L'importanza del monitoraggio
- Il sistema di controllo del piano commerciale
- L'analisi del funnel commerciale e il tasso di caduta
- I Key Performance Indicator di un piano commerciale