

Economics Game 4 Sales



I ruoli di business development richiedono competenze sempre più sofisticate ed eterogenee. La capacità di governare gli aspetti di natura economico-finanziaria connessi, all'attività commerciale, insieme alla conoscenza dei principali strumenti di analisi, interna ed esterna dell'azienda e del mercato, è oggi imprescindibile per raggiungere gli obiettivi a lungo termine di sviluppo del business. Saper costruire un budget delle vendite, saper analizzare marginalità e redditività delle trattative ed essere in grado di prevedere gli impatti di sconti e variazioni di prezzo sui risultati, sono competenze in grado di far evolvere i ruoli commerciali in ottica strategica e manageriale.

Tali competenze sono inoltre oggi necessarie per valutare in senso economico – finanziario i clienti in essere e potenziali, favorendo la fidelizzazione di quelli che rappresentano un valore per l'azienda.

Il corso si pone l'obiettivo di sensibilizzare i ruoli di vendita orientandoli ad un approccio strategico al mercato, favorendo la loro capacità di pianificare e di prevedere gli impatti delle loro attività a breve, medio e lungo periodo.

Destinatari

Tutti coloro che desiderano acquisire una cultura economico-finanziaria da applicare strategicamente all'attività di vendita.
Nello specifico figure che operano nell'area commerciale.

Metodologia Didattica

Il corso alterna alla formazione tradizionale, metodologie didattiche fortemente esperienziali e interattive. Attraverso **PRAXI PLAY ON!**, un business game interattivo web based, i partecipanti sono coinvolti in un'esperienza attiva di costruzione di un piano di sviluppo del business che permette di apprezzare di volta in volta gli impatti economico-finanziari delle scelte commerciali adottate. Dal gioco alla teoria, i concetti "economics & finance" di base troveranno una concretizzazione grazie all'esperienza del business game.

Durata: 2 giorni

Obiettivi

- Fornire gli strumenti per effettuare un'analisi economico-finanziaria della propria attività di vendita allo scopo di individuare i punti di forza e di debolezza, le scelte da intraprendere e quelle da evitare
- Fornire metodologie per analizzare la marginalità e la redditività di un'attività di vendita
- Analizzare gli impatti economico-finanziari derivanti dalle condizioni contrattuali della vendita
- Sensibilizzare all'impatto di alcune condizioni strategiche per la conclusione della vendita (variazioni di prezzo, variazioni degli sconti, DSO, stock di magazzino, Net Working Capital, ecc.)
- Trasferire alcuni strumenti di analisi economico-finanziaria dei bilanci del cliente, al fine di comprendere il suo "stato di salute", i suoi punti di forza e di criticità.

Programma

- Analisi interna – chi siamo (analisi parco clienti metodologia ABC, Piramidi del fatturato e del margine, Derive, etc)
- Analisi esterna – concorrenti e mercato (SWOT, Matrici di posizionamento, Analisi del mercato potenziale)
- Processo di pianificazione delle vendite per l'anno
- Analisi delle probabilità di successo del piano
- Definizione del processo di vendita e stima delle forze lavoro
- Analisi del prezzo, della domanda ed effetti sul margine (curva della domanda, elasticità della domanda, rigidità della struttura, etc)
- Redazione del budget commerciale
- Elementi base di lettura bilancio (voci di stato patrimoniale, conto economico e cash flow connesse con l'area commerciale)
- Principali ratios economici (sia di bilancio sia dell'area commerciale, definizione di un cruscotto di KPI per il monitoraggio dell'attività)
- Breve analisi economico-finanziaria del cliente per comprenderne lo stato di salute.