

## Sales Manager: la gestione della struttura commerciale

Definire la strategia, implementare il piano commerciale, guidare il team di vendita

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 4 giorni (32 Ore)  
Durata online : 4 giorni (26 Ore)

Open : 2.620,00 € +IVA  
Packaged in azienda : 8.370,00 € +IVA +10% di  
Project Management (Quota riferita ad un gruppo  
di 10 pax max)  
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.1.34

Una forza vendita performante è uno dei principali vantaggi competitivi in un contesto economico complesso e mutevole. Il Sales Manager trasforma la forza competitiva dell'azienda in **risultati, fatturato, margini**. Il corso fornisce gli strumenti e le competenze per **gestire la struttura commerciale** coinvolgendo e motivando i venditori, scegliere e applicare la strategia in linea con gli obiettivi aziendali, essere fonte di ispirazione nei processi di innovazione e cambiamento, ottimizzare l'efficacia della forza vendita dalla selezione dei venditori alla costruzione del piano di vendita. La formazione prevede un approfondimento sui vantaggi offerti dall'Intelligenza Artificiale applicata alla direzione della forza vendita.

### A chi è rivolto

- Direttori e responsabili commerciali
- Direttori e responsabili vendite

### Programma

#### Sales management

- Sales Manager: aree di responsabilità
- Focalizzarsi sulle attività chiave
- Valutare l'impatto sulla squadra e sulle altre funzioni
- Budget e obiettivi: volumi, margini e nuovi clienti

#### Strategia commerciale: definire e condividere obiettivi e linee guida

- Diagnosi interna: mappare la situazione competitiva di partenza
- L'arte della segmentazione e della clusterizzazione
- Analisi della concorrenza sulla matrice penetrazione/potenziale
- Definizione dei fattori critici di successo per la definizione delle migliori UVP
- Definizione del Business Model: linee guida strategiche e obiettivi di breve e medio periodo
- Applicare il posizionamento strategico definendo tempi e azioni
- Rendere il piano commerciale un riferimento centrale e condiviso da tutta la società
- Tradurre la strategia in piano commerciale (PAC) e condividerla con i collaboratori della direzione commerciale

#### Strutturare la rete commerciale

- Valutare la strutturazione della rete di vendita: numerica, ruoli, equilibrio interni-esterni, etc.
- Organizzazione di riferimento e meccanismi gestionali: copertura del territorio, del mercato, dei clienti, relazioni fra campo e sede, etc.

- Sistema di incentivazione come chiave per i risultati di carattere generale: quote complesse, obiettivi qualitativi, etc.
- Multicanalità: vantaggi e limiti dei diversi canali
- Vantaggi nell'utilizzo di un sistema CRM

## Elementi di vendita complessa

- Vendita e negoziazione
- Posizionamento e strumenti

## Gestire la rete commerciale: ottenere motivazione e impegno

- La leadership situazionale
- La delega
- L'intelligenza relazionale
- Tecniche di persuasione ed influenza
- Definizione e condivisione degli obiettivi
- Valutare e monitorare i risultati e fornire feedback
- Colloqui direttivi e partecipativi
- Concetti di negoziazione efficace
- Come presentare la propria proposta di valore

## L'AI a supporto del sales management

- Automazione delle attività ripetitive
- Previsioni di vendita più accurate
- Personalizzazione su larga scala
- Miglioramento delle decisioni di pricing
- Segmentazione avanzata del mercato



## Obiettivi del corso

- Definire il piano commerciale e assicurargli l'execution
- Approfondire l'utilizzo di strumenti di analisi e controllo dell'attività
- Ottimizzare la produttività della rete e la redditività delle vendite
- Approfondire le tecniche di leadership per coinvolgere e motivare costantemente i team



## Esercitazioni

- Analisi strategica del business
- S.W.O.T. e strategie di sviluppo
- Definizione del Business Model
- Tecniche di monitoraggio delle performance della forza vendita
- Competenze comunicative
- Capacità di leadership e di delega
- Definizione e attribuzione di obiettivi motivanti attraverso tecniche di colloquio



## Date e sedi 2026



Ultimi posti Edizione garantita

### Milano

dal 2 mar al 18 mar

- dal 2 mar al 3 mar
- dal 17 mar al 18 mar

dal 8 ott al 23 ott

- dal 8 ott al 9 ott
- dal 22 ott al 23 ott

### Online

dal 8 giu al 24 giu

- dal 8 giu al 8 giu
- dal 24 giu al 24 giu

dal 3 dic al 18 dic

- dal 3 dic al 4 dic
- dal 17 dic al 18 dic