



MBKM
FORMAZIONE E CONSULENZA AZIENDALE

LA GESTIONE MANAGERIALE DELL'IMPRESA - VENDITORE

Obiettivi del percorso:

- ✓ Sviluppare le capacità di analisi della propria attività misurando attraverso *marker* principali i principali *benchmark* di prestazione
- ✓ Identificare gli snodi di criticità ed i punti di intervento
- ✓ Sviluppare la gestione ed il monitoraggio del lavoro
- ✓ Costruire un *business-plan* efficace

Metodologia didattica:

Il corso, della durata complessiva di 8 ore, si struttura in due parti in continua correlazione tra loro:

- La **parte teorico/metodologica**, nella quale ai partecipanti verranno fornite le informazioni teoriche sullo sviluppo del percorso e tutti i contenuti di relazione.
- La **parte pratico/realizzativa**, durante la quale, attraverso la condivisione delle esperienze personali e l'utilizzo delle teorie di percorso, i partecipanti testano step-by-step l'applicazione di quanto appreso, mediante giochi d'aula, role-play e analisi di case-history reali da risolvere da parte dei discenti.

Contenuti:

- Studio macrodati storici
- Flussi di bilancio nelle attività di vendita
- Evoluzione storica delle figure commerciali
- Valutazione marker d'impresa
- Equilibri economici di impresa
- Analisi valutativa :
 - Visualizzazione grafica dello stato dell'Impresa
 - Aree di intervento Economica e Commerciale
 - AREA DI INTERVENTO ECONOMICA
 - Flussi di spesa e flussi di provvigione
 - Verifica reddituale pro cliente
 - AREA DI INTERVENTO COMMERCIALE
 - Saturazione della clientela d'agenzia: analisi prodotti in up-selling
 - Penetrazione sul territorio: analisi prodotti in cross-selling