

Progettare e governare le vendite nel B2B

Strategia, processo e numeri per rendere i risultati più prevedibili

Nelle PMI B2B, i risultati commerciali spesso dipendono da opportunità colte in modo reattivo, dalla spinta delle singole persone o dall'urgenza del momento. Quando mancano criteri chiari, una proposta di valore forte e un processo commerciale disciplinato, la crescita diventa faticosa, dispersiva e difficile da prevedere.

Quando la crescita commerciale non è governata, emergono problemi ricorrenti

- si inseguono opportunità poco coerenti con il posizionamento dell'azienda
- le trattative si allungano e si bloccano senza una vera decisione
- la proposta di valore resta troppo generica e la negoziazione si sposta sul prezzo
- la funzione commerciale dipende troppo dall'imprenditore o da poche figure chiave
- le previsioni sono fragili e il portafoglio opportunità è difficile da leggere
- si fatica a tradurre la strategia aziendale in priorità commerciali concrete

Questo corso nasce per aiutare imprenditori e manager a fare un salto di qualità: passare da una gestione commerciale prevalentemente reattiva a un modello più strutturato, selettivo e governabile, capace di sostenere la crescita nel tempo.

Cosa cambia per chi partecipa

- maggiore chiarezza su clienti, mercati e priorità commerciali
- una proposta di valore più chiara, credibile e differenziante
- un processo di vendita più replicabile e meno dipendente dalle persone
- criteri più solidi per valutare la maturità delle trattative
- maggiore affidabilità delle previsioni e del portafoglio opportunità
- un piano di sviluppo commerciale a 90 giorni, concreto e misurabile

A chi si rivolge	Formato
Imprenditori e titolari di PMI B2B Direzione generale Responsabili commerciali e sviluppo commerciale Manager coinvolti nei programmi di crescita	12 ore in presenza 3 moduli da 4 ore Taglio interattivo con confronto, esercitazioni pratiche e applicazioni su casi reali

Il punto non è semplicemente vendere di più.

Il punto è creare le condizioni per una crescita commerciale più solida, coerente e prevedibile.

Il percorso in sintesi

Una struttura in 3 moduli che accompagna i partecipanti dalla lettura strategica del mercato fino al governo delle performance commerciali.

Modulo 1: Strategia commerciale e proposta di valore

Per comprendere le dinamiche della vendita B2B, leggere il mercato in modo più selettivo, definire segmenti e clienti prioritari e costruire una proposta di valore centrata sui problemi reali del cliente.

Modulo 2: Modello e processo commerciale B2B

Per chiarire il modello commerciale più coerente con la strategia aziendale, definire ruoli e responsabilità e rendere il processo di vendita più chiaro, replicabile e gestibile anche nelle trattative complesse.

Modulo 3: Governo delle performance e leadership commerciale

Per migliorare la qualità del portafoglio opportunità, rendere più affidabili le previsioni, selezionare pochi indicatori chiave e chiudere il percorso con un piano di sviluppo commerciale a 90 giorni.

Perché questo percorso è utile anche a chi ha già esperienza

Molte aziende possiedono competenze commerciali valide, ma non sempre dispongono di un quadro manageriale che colleghi strategia, proposta di valore, processo di vendita e governo dei numeri. È proprio questo collegamento a fare la differenza tra una crescita affidata alla spinta del momento e una crescita realmente governata.

Senza un metodo chiaro	Con un metodo condiviso
<p>Si lavora per urgenze, si tengono aperte trattative deboli, si disperdono tempo e risorse e si fatica a prevedere i risultati.</p>	<p>Si scelgono meglio le priorità, si qualificano meglio le opportunità, si governa con più lucidità il processo decisionale e si migliora la prevedibilità.</p>

Un'occasione concreta per imprenditori e manager che vogliono rendere la funzione commerciale più chiara, più disciplinata e più capace di sostenere la crescita nel tempo.

Questo corso è pensato per chi desidera portare nella propria azienda non solo nuove idee, ma anche criteri, strumenti e decisioni immediatamente applicabili.

Se il tema è prioritario per la tua impresa o per il tuo ruolo, questo percorso può offrirti una base solida per trasformare la crescita commerciale in un processo più consapevole e governabile.