



Scuola Beni Strumentali

IN COLLABORAZIONE CON

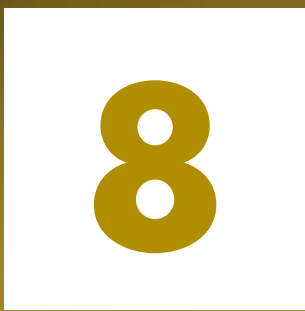


FORMAZIONE

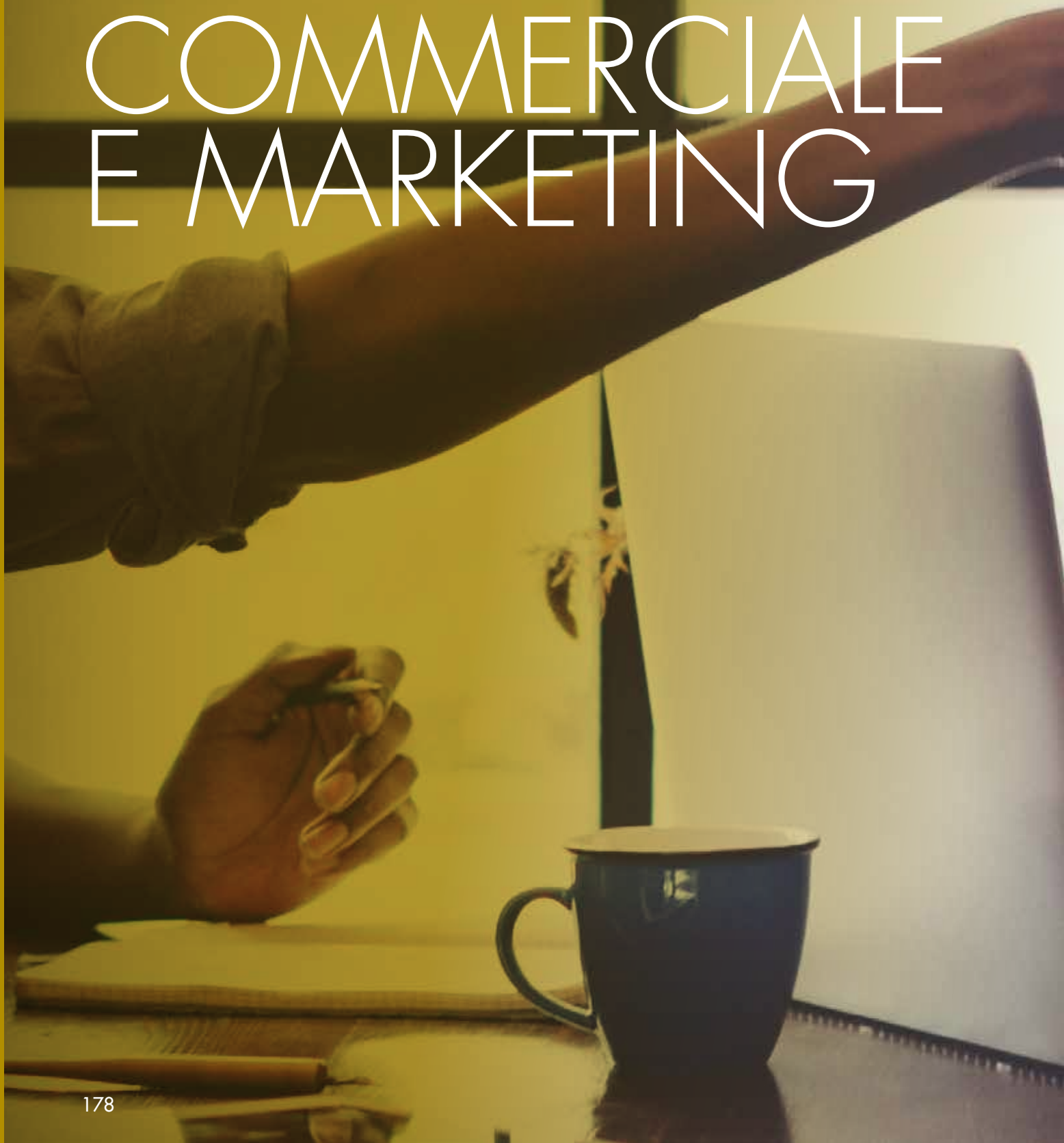


SBS

Scuola Beni Strumentali
Via Fossa Buracchione, 84
41126 Baggiovara (MO)
T. 059 510 336
info@s-b-s.it
www.s-b-s.it



AREA COMMERCIALE E MARKETING





Area Commerciale

P A G I N A

182 A . GESTIONE DELLA TRATTATIVA COMMERCIALE

- 183 _ **1** . I fondamentali che non possono mancare nella vendita B2B
- 184 _ **2** . Preparazione della vendita e primo contatto
- 185 _ **3** . L'intervista negoziale come solida base per la trattativa commerciale
- 186 _ **4** . La presentazione efficace di prodotti e servizi
- 187 _ **5** . Preventivi vincenti e preparazione della trattativa conclusiva
- 188 _ **6** . La trattativa commerciale
- 189 _ **7** . Negoziazione strategica avanzata
- 190 _ **8** . Technical Commercial Sales Engineering:
fondamentali di vendita e negoziazione per Tecnici Commerciali
- 191 _ **9** . L'utilizzo dei segnali del corpo per la trattativa
- 191 _ **10** . Cosa fare quando l'obiezione "prezzo" diventa un ostacolo insormontabile

192 B. MARKETING PER LA RETE COMMERCIALE

- 193_ **1**. Marketing operativo per ricerca e contatto: le best practice di Marketing che il venditore deve assolutamente conoscere
- 193_ **2**. Il budget commerciale e il controllo dei risultati di vendita

194 C. POST VENDITA: STRATEGIE PER LA FUNZIONE COMMERCIALE

- 195_ **1**. La gestione dei reclami
- 196_ **2**. Il post vendita non esiste... esiste solo il pre-vendita
- 197_ **3**. Ottimizzare l'assistenza post vendita: after sales best practice



Area Marketing per i Beni Strumentali

P A G I N A

200 A . FONDAMENTI DI MARKETING

201 _ **1** . Il Marketing dei Beni Strumentali

202 _ **2** . Il piano di marketing

203 _ **3** . Analisi del Mercato: conoscere per vincere su mercati competitivi

204 _ **4** . Fondamenti di Marketing

205 _ **5** . I principi di segmentazione del mercato

206 _ **6** . Utilizzo dei dati previsionali sul settore del packaging per la pianificazione commerciale

208 B . WEB MARKETING

209 _ **1** . Marketing tradizionale e Web Marketing: metodologie a confronto

210 _ **2** . Web marketing per le aziende: quale strategia on line

211 _ **3** . Cosa vogliamo ottenere dalla nostra comunicazione on line?

212 C. MARKETING PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

- 213_ **1**. Export o Internazionalizzazione? Il marketing per l'internazionalizzazione
- 214_ **2**. La commercializzazione all'estero: canali di distribuzione
- 215_ **3**. L'organizzazione dell'ufficio estero: funzioni e competenze
- 216_ **4**. Come aumentare i risultati di un evento fieristico
- 217_ **5**. Lo stand in fiera come strumento di comunicazione