



## La Business Ethics a supporto dello sviluppo commerciale

Il percorso vuole fornire alcune **riflessioni**, **modelli** e **strumenti** inerenti il **settore commerciale**.

Il corso offre un **approccio operativo** che prevede la costante alternanza di momenti di studio e di esercitazioni pratiche, unitamente a testimonianze di casi aziendali. Sono previsti infatti interventi in qualità di **testimonial di manager** ed **imprenditori** che hanno fatto di questi temi un' indispensabile pratica quotidiana.



### DURATA

4 Giornate  
Maggio - Novembre 2018



### ISCRIZIONI APERTE

Da 19 febbraio  
A 04 maggio



### PER INFORMAZIONI

[smagistrelli@liucbs.it](mailto:smagistrelli@liucbs.it)  
+39 0331 572546  
[www.liucbs.it](http://www.liucbs.it)



### SEDE

LIUC Business School  
Corso Matteotti, 22  
CASTELLANZA (VA)



## OBIETTIVI

- Analizzare le dinamiche dell'area commerciale per verificare come la **Business Ethics** possa essere funzionale al suo sviluppo;
- indagare **nuovi modelli** e pratiche dedicate allo sviluppo commerciale;
- lavorare sul **capitale relazionale** e fiduciario;
- fornire strumenti nel pre e post vendita per **ottimizzare la relazione** con il cliente;
- comprendere il nesso **tra valori e competenze** nella trattativa con il cliente e sviluppare nuovi paradigmi nella trattativa commerciale B2B e B2C.



## DESTINATARI

- **Responsabili di reti commerciali** sia a livello di direzione che di supporto operativo alle reti;
- figure senior e di **account** che gestiscono le trattative di vendita a qualsiasi livello;
- responsabili di **aree marketing** che si interfacciano con le reti commerciali;
- **imprenditori** che sentono la necessità di crescere nel mercato di riferimento, senza rinunciare a modalità etiche ed efficaci.



## PROGRAMMA

articolato in 4 giornate:

### 1° GIORNATA – 17 MAGGIO 2018

#### Dall'Etica ai Risultati: nuovi paradigmi per nuovi mercati

Perché parlare di etica e mercato? Perché l'etica può essere un potente strumento commerciale? Cosa significa vendere eticamente? Verranno analizzati casi di studio e teorie a supporto delle prassi che saranno poi esplorate nelle giornate successive. Si tratta della parte propedeutica al percorso: le riflessioni e le esercitazioni, infatti, saranno di carattere strategico e volte a suscitare un confronto attivo sulle dinamiche dei mercati attuali, sugli obiettivi del business e su quali possano essere oggi le chiavi di lettura e i modelli che permettono di sviluppare un risultato positivo e duraturo.

**Docenti:** Claudio Casiraghi e Andrea Colombo

### 2° GIORNATA – 5 LUGLIO 2018

#### Comunicare e gestire efficacemente la relazione con il cliente per generare fiducia e risultati sostenibili

Come superare i conflitti con il cliente evitando errori di comunicazione? Come gestire la comunicazione per trasformare la relazione in opportunità? Come fidelizzare il cliente e favorire il passaparola positivo? E' la giornata dedicata interamente alla comunicazione efficace e alla relazione. In un contesto economico e sociale che cambia, cambiano i paradigmi della comunicazione e, di conseguenza, le abilità necessarie a che questo «strumento» sia funzionale ad una relazione positiva e fiduciaria.

**Docenti:** Massimo Folador e Alice Alessandri



## RESPONSABILE SCIENTIFICO

Massimo Folador – [mfolador@liuc.it](mailto:mfolador@liuc.it)

## COORDINATORE

Monica Giani – [mgiani@liuc.it](mailto:mgiani@liuc.it)

## FACULTY

### Massimo Folador

E' stato per anni Direttore Marketing e commerciale di multinazionali, oggi è imprenditore, docente di «Business Ethics e sviluppo sostenibile» presso la LIUC – Università Cattaneo e membro della Core Faculty della LIUC – Business School. Consulente aziendale e formatore sui temi legati allo sviluppo della persona e della relazione tra le persone, in passato si è spesso occupato degli aspetti organizzativi comportamentali in ambito commerciale. È inoltre autore di importanti saggi dedicati al mondo dell'impresa.

### Claudio Casiraghi

Consulente aziendale nell'ambito del Marketing Operativo e Strategico e nello Sviluppo Commerciale aziendale. In questi ambiti ha coordinato e gestito direttamente numerosi interventi formativi con alcune tra le più importanti realtà italiane. E' autore del saggio "Marketing Etico".

### Andrea Colombo

Executive Director di un' importante realtà internazionale di network marketing. Come trainer e coach si occupa dello sviluppo in azienda di processi tesi a introdurre il Referral Marketing in modo strategico e strutturato. E' autore del libro «Il valore della relazione» attraverso il quale da anni promuove la filosofia del «Givers gain».

### Alberto Aleo e Alice Alessandri

Da diversi anni si occupa di consulenza e formazione nei settori del sales management e del marketing strategico. La passione per i temi li ha portati a pubblicare il libro «La vendita etica» nel quale indagano come questo approccio può incrementare i risultati e generare benessere in azienda e tra gli stakeholders.

### 3° GIORNATA – 13 SETTEMBRE 2018

#### Un modello operativo per la Vendita e la Negoziazione Etica

In che cosa consiste, operativamente, il modello della «Vendita Etica»? Come gestire eticamente la relazione con il cliente per effettuare uno scambio di valore? Che ruolo ha la fiducia, come costruirla e che tecniche negoziali usare?

In questa giornata viene presentata la «vendita etica» e i suoi fondamenti di struttura logica e di metodo. Il tema sarà affrontato con un taglio molto operativo con esercitazioni e casi pratici.

**Docenti:** Claudio Casiraghi e Alberto Aleo

### 4° GIORNATA – 15 NOVEMBRE 2018

#### Il Marketing Relazionale a supporto del pre e del post vendita

Come sono cambiate le strategie di posizionamento e di ingaggio con il mercato? Che ruolo gioca la relazione nella scelta del cliente e nello sviluppo continuo della relazione? Come rendere operativi i valori e il Codice Etico aziendale per far sì che diventino leve dello sviluppo?

La giornata affronta il tema del Marketing Relazionale come strumento fondamentale nello sviluppo della relazione pre e post vendita. Una modalità di interazione con il mercato utile ad identificare e analizzare la coerenza tra scelte strategiche e gestione del cliente.

**Docenti:** Massimo Folador e Andrea Colombo

Le giornate formative avranno inizio alle ore 9.00 e termineranno alle ore 18.00.





## QUOTA DI ISCRIZIONE

La quota per l'intero percorso è di **€ 1.950 + IVA** e comprende coffee break, colazioni di lavoro e materiale didattico.

Verrà riconosciuto uno sconto del 10% per le iscrizioni anticipate e perfezionate entro 60 giorni prima dell'inizio del corso.

Verrà riconosciuto uno sconto del 10% alle aziende che iscrivono più partecipanti, dal secondo in avanti.

Il percorso formativo è compatibile per essere finanziato con i Conti Formazione di Fondirigenti e Fondimpresa. Nel caso l'azienda volesse usufruire di tale opportunità o necessiti di chiarimenti in merito, può contattare la segreteria organizzativa almeno un mese prima.

Per iscriversi compilare il [form online](#) entro **il 4 maggio 2018**.

Verrà data sollecita comunicazione in merito alla attivazione del percorso al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.



\* La LIUC Business School si riserva il diritto di modificare programmi, tempi e docenti indicati nella presente brochure e nel sito internet ad esso dedicato.

