

Struttura del programma formativo

| Aree disciplinari (teoriche e pratiche) | Scaletta sintetica dei contenuti | Durata ore |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Marketing e Customer Satisfaction | <ul style="list-style-type: none"> • La gestione d'impresa in ambienti in mutamento. • I protagonisti del micro e macro ambiente (economia, legislazione, politica, infrastrutture, clienti, fornitori etc.) • Il marketing management. • Il processo di pianificazione strategica: le 6 leve del marketing mix (prodotto, prezzo, promozione, pubblicità, distribuzione e vendita personale). • Misurazione della domanda, segmentazione del mercato e ricerche di mercato. • Le strategie di marketing-mix per la penetrazione dei mercati (definizione del mercato obiettivo e posizionamento del prodotto/servizio). • I fondamenti e i benefici del marketing relazionale • Il nuovo focus: la gestione della relazione • La relazione durante il ciclo di vita del Cliente. | 20 |
| Comunicazione e tecniche di vendita | <p>LE COMPETENZE TRASVERSALI DEL VENDITORE: COMUNICARE - L'importanza della comunicazione - Psicologia della comunicazione - Comunicazione verbale e non verbale - Le resistenze - Le motivazioni d'acquisto - Come scoprire le motivazioni d'acquisto - La comunicazione a due vie, come svilupparla - La comunicazione al telefono - La comunicazione in presenza del cliente. CONOSCERE - Conoscere se stessi, analisi della propria personalità - Conoscere i propri punti di forza e di debolezza - Le competenze sul prodotto - Le conoscenze sul cliente. ORGANIZZARE IL LAVORO.</p> <p>LE FASI DI LAVORO (preparazione - programmazione - analisi e controllo): Preparare la zona - Preparare i clienti, suddivisi in potenziali, caldi, ecc..- Preparare lo schedario del cliente - Preparare l'armamentario di vendita - Programmare i tempi delle visite - Programmare la periodicità - Programmare gli itinerari - Programmare le visite - Programmare gli obiettivi cliente - Analizzare e controllare l'attività di vendita - Analizzare il rendimento - Analizzare e controllare la visita - Analizzare e controllare le vendite - Analizzare e controllare le zone di vendita.</p> <p>I FATTORI TECNICI DELLA VENDITA: I 5 fattori della vendita A.I.D.O.C. (Approccio – Intervista – Dimostrazione – Obiezioni - Conclusione) - L'APPROCCIO - Che cos'è l'approccio - Le domande fondamentali - Lo schema ideale per un approccio ideale - Diminuire le resistenze - Gli obiettivi dell'approccio. L'INTERVISTA - Come intervistare il cliente - Le domande fondamentali - Domande aperte e domande chiuse - Guida all'intervista - Programma di intervista - Gli obiettivi dell'intervista. LA DIMOSTRAZIONE - In che cosa consiste - La pianificazione della dimostrazione - La dimostrazione ideale secondo lo schema V.C.B. (Vantaggi – Caratteristiche - Benefici). LE OBIEZIONI - Non c'è acquisto senza obiezioni - Il perché delle obiezioni - Cos'è l'obiezione - L'atteggiamento del venditore nei confronti dell'obiezione - Le tecniche per affrontare le obiezioni - Le false obiezioni - Obiezioni sul prezzo - Obiezioni sulle condizioni - Gli obiettivi del superamento delle obiezioni. LA CONCLUSIONE - Quando concludere - Quante visite per concludere - Le tecniche per concludere - Gli obiettivi della dimostrazione.</p> <p>IL MERCHANDISING: Definizione di merchandising - Obiettivi del merchandising - Vendita visiva e vendita assistita - Il merchandising e la vendita visiva - Gli acquisti d'impulso - Lay-out del punto vendita - Display del punto vendita - La vetrina come strumento di vendita - Criteri di allestimento di una vetrina - Colori, luci e sequenza espositiva - Strumenti di comunicazione per la vendita.</p> | 40 |

| | | |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <p>Fondamenti di Diritto Commerciale</p> | <p>L'IMPRENDITORE E L'IMPRESA: Nozioni e caratteri dell'attività imprenditoriale - Le categorie imprenditoriali - Il registro delle imprese - L'imprenditore e i suoi ausiliari - L'azienda - I segni distintivi dell'imprenditore - I diritti di privativa - Impresa familiare e azienda coniugale - La concorrenza fra imprese - La collaborazione fra imprese. IL DIRITTO DELLE SOCIETÀ: Le società in generale - La società semplice - La società in nome collettivo - La società in accomandita semplice - La società per azioni: generalità, nozione e costituzione - I soci e le azioni - L'elemento patrimoniale e il bilancio - L'assemblea dei soci - L'attività amministrativa e di controllo - I patrimoni destinati ad uno specifico affare - La società in accomandita per azioni - La società a responsabilità limitata - Gli elementi della S.r.l.: i soci, l'elemento patrimoniale, gli organi sociali - Le società cooperative e le mutue assicuratrici - L'estinzione della società - Trasformazione, fusione e scissione di società. I CONTRATTI COMMERCIALI: La compravendita - La permuta, il contratto estimatorio, il riporto - La somministrazione - Il franchising - L'appalto - Il trasporto ed i contratti di viaggio - Il deposito e il contratto d'albergo - Il mandato, la spedizione e la commissione - L'agenzia e la mediazione - Il mutuo - Il comodato - Il conto corrente - I contratti bancari - Il contratto di assicurazione - I contratti atipici - I contratti dei consumatori e la subfornitura - L'associazione in partecipazione. I TITOLI DI CREDITO: I titoli di credito in generale - La cambiale - L'assegno bancario - L'assegno circolare - Gli altri titoli di credito. LE PROCEDURE CONCORSUALI: Generalità - Il fallimento - La dichiarazione di fallimento - Gli organi preposti al fallimento - La procedura fallimentare - Il concordato preventivo - L'amministrazione controllata - La liquidazione coatta amministrativa - L'amministrazione straordinaria delle grandi imprese in crisi.</p> | <p>10</p> |
| <p>Fondamenti di Diritto Tributario</p> | <p>Le fonti del diritto tributario. L'interpretazione e l'elusione delle norme tributarie. L'Amministrazione finanziaria nell'applicazione dei tributi. Gli adempimenti dei contribuenti e le dichiarazioni. Il controllo selettivo degli uffici, le acquisizioni dei dati, i riscontri formali e le indagini approfondite. L'esito del controllo: gli avvisi di accertamento e le argomentazioni probatorie dei vari tipi di evasione fiscale. La riscossione e il contenzioso tributario. La pluralità di "soggetti passivi" nell'applicazione dei tributi. Le sanzioni tributarie. L'imposizione sul reddito. Le categorie di reddito. La determinazione del reddito d'impresa. Le altre categorie di reddito. La determinazione di IRPEF e IRES. Interconnessioni tra norme sostanziali e aspetti procedurali dell'imposizione sui redditi. L'imposta sul valore aggiunto. L'imposta di registro. Tributi locali (ICI) e IRAP.</p> | <p>10</p> |
| <p>Tutela previdenziale e assistenziale</p> | <p>Il sistema di sicurezza sociale; La tutela pensionistica obbligatoria; La tutela sanitaria; L'ENASARCO: La tutela pensionistica integrativa; Indennità di scioglimento del rapporto, le altre prestazioni; Adempimenti e sanzioni. Tutela socio-professionale dell'agente; Organizzazione a tutela sindacale della categoria degli agenti e rappresentanti di commercio; Imponibile contributivo e agevolazioni contributive; L'attività di patronato al servizio della crescita sociale e professionale dell'agente.</p> | <p>10</p> |
| <p>Disciplina legislativa e contrattuale</p> | <p>Norme di attuazioni della legge 204/85; Iscrizione nel ruolo presso la Camera di Commercio; Adempimenti amministrativi; Rapporti con i collaboratori; Requisiti morali e professionali; Il viaggiatore piazzista; Il dipendente qualificato al settore delle vendite; La commissione provinciale;</p> | <p>10</p> |

| | | |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| | La commissione centrale; La nuova disciplina legislativa; Gli accordi economici collettivi; Il contratto di agenzia; Figura giuridica dell'agente e del rappresentante. | |
| Esame finale | Fuori monteore corso | 5 |