



***Il marketing non serve a escogitare
idee brillanti per sbolognare ai clienti
quello che abbiamo prodotto,
ma è l'arte di creare valore vero
per il Cliente***

(Philip Kotler)

*Tutta la formazione proposta da Phoenix è
finanziabile con Fondimpresa e Fondirigenti.*

*Nessun costo per l'impresa: si tratta di desti-
nare al Fondo risorse che già vengono versa-
te all'INPS .*

*Sono oltre 62.000 le aziende italiane aderenti
con più di 3 milioni di lavoratori .*



Phoenix Consulting

Consulenze direzionali

via Curzola, 13—35135 Padova - Italy

Tel.: +39 335 7723270

E-mail: phoenix@phoenix-consulting.it

Web: www.phoenix-consulting.it

Skype: giuliano_franceschini

P. IVA 04387070289



Phoenix Consulting

Consulenze direzionali

Un supporto di alto livello

Temporaneo, agile, efficace

Formazione

Marketing Operativo

Business to Business



Questi sono i maestri riconosciuti del Marketing. Libri e corsi di formazione sono basati sulle loro esperienze.

Ma cosa dice la loro esperienza alle PMI del NordEst che vendono ad altre Aziende?



Finalmente una formazione sul marketing pensata per PMI che operano B2B (Business to Business), in un mercato globale, sotto forti pressioni sui prezzi.

Mettiamo in luce l'importanza della strategia di posizionamento ed il ruolo della forza vendita

Un processo di vendita B2B avviene in modo differente da quello Business to Consumer (B2C), che è alla base di tutte le teorie di marketing:

- È strutturato (compra un Ufficio Acquisti)
- E' procedurizzato (richiesta d'offerta, offerta, negoziazione, aggiudicazione)
- Coinvolge numerosi attori, con personalità, ruoli, responsabilità, obiettivi diversi ed è condizionato da politiche d'acquisto aziendali
- E' apparentemente basato sulla razionalità (ma l'emozione ha comunque un ruolo importante)
- E' spesso finalizzato ad un rapporto di lungo termine (riacquisto)

CRESCE IL RUOLO E L'IMPORTANZA DEL VENDITORE, MA NON DIMINUISCE QUELLO DELLA CORRETTA STRATEGIA DI MARKETING

Tutto questo richiede un approccio diverso, una professionalità specifica, una formazione ad hoc



Come stabilire il prezzo e come valorizzare la soluzione (prodotto e servizio) proposta.

Il prezzo non deve essere l'unico argomento di discussione e dobbiamo sfuggire dalla trappola dello sconto.

- DETERMINAZIONE DEL PREZZO NEL B2B**
- **SE** manca un mercato perfetto (= sempre) e
 - **SE** le alternative non sono ben confrontabili (= spesso), allora: IL PREZZO SARÀ UN PUNTO DI

EQUILIBRIO TRA COSTO E VALORE



Ed ancora:

- **Come ottenere il massimo dalle fiere.**
- **Customer intelligence: una questione solo per 007?**
- **Come contenere il rischio**