



SALESCULT

LA CULTURA DELLA VENDITA

Percorso executive

Cod. CMb20/25

28 Febbraio
4 Luglio 2025





Percorso executive

Il progetto executive **SALESCULT- la cultura della vendita** proposto da SKILLAB e da CUOA Business School, si immerge in una profonda analisi delle nuove sfide del settore delle vendite, abbracciando argomenti multidisciplinari e di grande attualità.

Si parte con l'Adaptive Selling, che esplora come utilizzare il Personal Profile Persolog basato sulla teoria DISC per ottimizzare il processo di vendita. La formazione enfatizza poi l'importanza della comunicazione efficace e consapevole, la comprensione delle logiche d'acquisto del 'Buyer Evoluto' e le sofisticate tecniche di negoziazione.

I partecipanti apprenderanno a leggere e interpretare i bilanci delle aziende per meglio comprendere concorrenti e clienti, mentre una sessione dedicata al Visual Design mira a fornire competenze per creare presentazioni accattivanti ed efficaci. Il marketing digitale viene esplorato in profondità, evidenziando l'importanza della visibilità aziendale, della reputazione e delle tecniche di digital storytelling. L'importante incontro tra marketing e vendite è ulteriormente approfondito, delineando la roadmap strategica da seguire per raggiungere obiettivi di mercato.

In una società sempre più basata sui dati, il corso introduce i concetti di BigData e Small Data, sottolineando l'importanza di comprendere profondamente il cliente da una prospettiva antropologica. Infine, il modulo sull'Intelligenza Artificiale Generativa offre un'immersione nelle potenzialità dell'IA nell'ambito del marketing e dello storytelling d'impresa, sottolineando l'importanza di queste tecnologie emergenti nel mondo moderno delle vendite.

Il percorso si conclude con la costruzione di un piano di vendita e un project work, offrendo agli allievi una visione olistica e pratica delle competenze acquisite.

Adaptive Selling

Alessio Giachin Ricca | 28 febbraio | h. 9/17



Aiutiamo il nostro cliente a decidere

Come il personal profile DISC ci aiuta nella gestione del processo di vendita e sviluppare la propria flessibilità nella vendita.

Il vantaggio competitivo nell'attività di vendita è dato dal livello di consapevolezza che la persona ha del proprio stile comportamentale. Ognuno di noi, secondo il proprio stile, è orientato ad utilizzare uno specifico approccio nella relazione con il cliente, che può influenzare in modo decisivo il successo in una trattativa. Saper leggere lo stile della controparte e inserendolo in un quadro di riferimento, permette di definire quali possano essere le sue motivazioni e le sue paure, migliorando la gestione degli incontri commerciali.

Personal Profile

Adaptive Selling prevede una fase di pre-work, consistente nella compilazione *on line* del questionario del sistema Persolog: questo avviene attraverso l'invio via mail di un link a ciascun partecipante. Effettuato l'accesso sono sufficienti 10 minuti di tempo per compilare il questionario. Il report elaborato (personal profile) illustra lo stile comportamentale della persona secondo teoria DISC (dominanza, influenza, stabilità e cautela).

Il report è restituito alle persone nella sessione d'aula, commentato ed utilizzato per far acquisire consapevolezza circa il loro naturale comportamento nell'attività di vendita.

Docente

Dopo 15 anni di vita aziendale dal 1995 anni svolge attività di ricerca, consulenza e formazione per imprese, enti pubblici, consorzi e associazioni di categoria in Marketing, Vendite, Negoziazione, Business Model Generation. Dal 1998 applica la teoria DiSC nell'ambito delle attività di vendita e negoziazione. Progettista di Adaptive Selling© e Adaptive Negotiation©. Progettista e coordinatore del percorso SalesCult -La Cultura della Vendita (Skillab, 12 edizioni dal 2005 al 2017 e nel 2023). Dal 2018 è CEO di Ambin srl start up innovativa che produce sci da freeride d'alta gamma. Autore del libro "Il Manifesto del Venditore", Anteprima Edizioni 2014. 2a edizione ristampata 2021.



La danza del comunicare

Barbara Cassoli | 7 marzo | h. 9/17

Come rendere vitale e rilevante la comunicazione col cliente

Sembra la pratica più naturale del mondo eppure serve fermarsi, indirizzarla, renderla amica. Siamo costantemente in comunicazione con gli altri e con noi stessi. Abitare il linguaggio, il corpo e le emozioni in modo consapevole fa la differenza nel far accadere le cose.



Docente

Executive Strengths Coach, certificata ICF e Coach Gallup per lo strumento Strengths Finder. Founding Partner di Shift; da 18 anni opera nella consulenza, affiancando manager, executives e team nel raggiungimento di traguardi ambiziosi e nella scoperta e nello sviluppo delle proprie risorse di eccellenza. Prima di allora, otto anni di esperienza all'interno di grossi gruppi multinazionali che le hanno insegnato quanto la comunicazione tra le persone impatti nel rendere le organizzazioni più efficienti e più capaci di generare valore, all'interno come sul mercato. Alle origini della sua formazione una laurea in filosofia del linguaggio a cui seguono specializzazioni in comunicazione, coaching, intelligenza emotiva, costellazioni sistemiche e voice dialogue.



L'arte della negoziazione

Yadvinder S. Rana | 14 marzo | h. 9/17

Talento e preparazione

Obiettivo della giornata è: sviluppare la capacità di strutturare il processo negoziale a partire dalla fase di preparazione, imparare a riconoscere le principali situazioni negoziali, sviluppare la capacità di modificare il proprio stile negoziale in base all'interlocutore e al momento della trattativa



Docente

Dottorato di ricerca in Negoziazioni Internazionali Complesse, Laureato in Ingegneria al Politecnico di Torino, MBA presso la Manchester Business School. Attualmente è Professore di Negoziazione Internazionale presso l'Università Cattolica, Visiting Professor presso la Bologna Business School e docente di Negoziazione e Cross-Cultural Management presso il CUOA. È l'autore di The 4Ps Framework: Advanced Negotiation and Influence Strategies for Global Effectiveness e di un articolo sulle Negoziazioni Cross-Border M&A nel Negotiation and Conflict Management Research Journal. Da Giugno 2023 conduce un podcast dal titolo "Global M&A Negotiations". È stato Direttore Commerciale per Africa, Asia e Pacifico in Azimut-Benetti dal 2005 al 2010. In precedenza, dal 1998 al 2004 ha ricoperto ruoli internazionali nell'ambito del Gruppo Fiat in Pennsylvania, a Londra e Lione.





Il ruolo del marketing digitale nel processo di vendita. Brand reputation e digital storytelling

Fulvio Julita | 28 marzo | h. 9/17

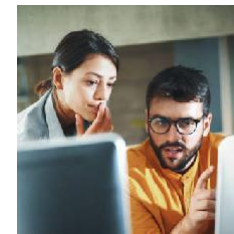
**Guadagnare visibilità aziendale, coltivare reputazione, stabilire rapporti di fiducia.
Come raccontare l'impresa e coltivare buona reputazione online**

Il modulo offre una visione strategica del web secondo i principi del cosiddetto "customer journey", il cammino che dall'anonimato del brand conduce il potenziale cliente ad una scelta d'acquisto. Partendo da una serie di case study significative, gli allievi apprenderanno quel che c'è da sapere per raccontare un'attività in Rete: fissare gli obiettivi, organizzare la strategia, misurare i risultati.



Docente

Si occupa di narrazione d'impresa applicata a strategie di marketing digitale. Co-fondatore di Plume, ha ideato il metodo Cinque Vasi (per la scrittura creativa) e SIEPE (per la creazione e l'organizzazione di contenuti editoriali). Speaker ad eventi sul marketing digitale, podcaster e autore di libri. Ha pubblicato "Raccontarsi online - Dal freelance alle piccole e medie imprese: storytelling per il marketing digitale" (editore Hoepli).



Osservando il mercato

Rebecca Pera | 4 aprile | h. 9/13

Dai BigData agli Small Data

Se vuoi veramente comprendere il tuo cliente devi “metterti nelle sue scarpe”, capire non solo gli aspetti tecnici del suo lavoro ma anche quali sono i suoi sogni, le sue emozioni, le sue credenze. Entriamo nel mondo dell’antropologia, dove l’istinto gioca un ruolo importante, e l’istinto altro non è che l’insieme di esperienze e osservazioni cumulate nel tempo.



Docente

Italo-britannica, Associate Professor at University of Turin. Background multidisciplinare: psicologia, comportamento dei consumatori e design. Grazie al dottorato di ricerca conseguito in Cultura e Impresa, ha affrontato i temi del design e del marketing con una prospettiva umanistica. I suoi argomenti di ricerca e pubblicazioni riguardano il ruolo strategico e creativo che i consumatori svolgono nell’innovazione di prodotti e servizi, in cui i processi di co-creazione vengono esplorati dal punto di vista del consumatore e delle parti interessate. I suoi ultimi articoli sono stati pubblicati dal Journal of Interactive Marketing, dal Journal of Business Research e dal Journal of Psychology and Marketing.

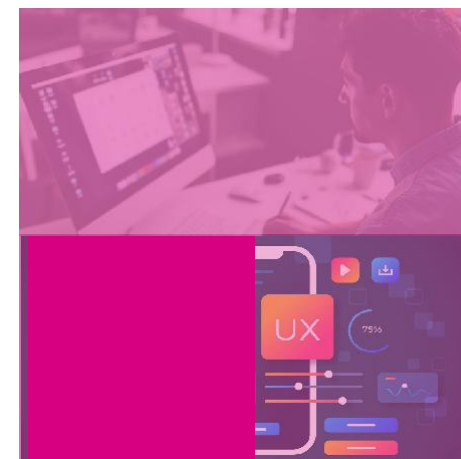


Visual Design

Lorena Petriccione | 23 aprile | h. 9/17

Creare e gestire presentazioni efficaci

Spesso le presentazioni sono un’infelice sequenza di slide molto cariche di contenuto, pensate soprattutto per il relatore e poco focalizzate sull’ascoltatore: progettazione, preparazione e regole della comunicazione visiva



Docente

Con oltre 20 anni di esperienza nel settore della Comunicazione d’Impresa, si occupa di tecnologie, tecniche e strategie di comunicazione. Consulente per le aziende, si definisce una traduttrice, una professionista che aiuta le aziende a capire i canali e gli strumenti migliori per mettere in pratica la propria strategia, sia offline che digitale, per comunicare con clienti, fornitori e stakeholder.



Quando il Marketing incontra le vendite

Silvia Rivetti | 9 maggio | h. 9/17

Come trovare il proprio posto nel mercato

Il marketing definisce dove vogliamo andare (**IL PERCHÈ**), il piano di vendita il **COSA** e il **COME** per raggiungere l'obiettivo



Docente



Circa 20 anni di esperienza lavorativa in multinazionali come Nestlé, Kimberly Clark, Banca Intesa, Beiersdorf e Galderma. Background interfunzionale: marketing, vendite, comunicazione e PR. Diversità di settori e canali: beni di largo consumo, banche, bellezza/cura della pelle. Esperienze imprenditoriali costruite negli ultimi 5 anni nella scuola e nei servizi turistici. Background multiculturale in quanto ha vissuto/studiato/lavorato in Spagna, America Centrale, Africa, Singapore e Regno Unito.

Gli strumenti della nuova era tecnologica

Fulvio Julita | 23 maggio | h. 9/17

Workshop sull'Intelligenza Artificiale Generativa

Organizzare e gestire una strategia digitale: Migliorare le prestazioni di marketing con la potenza dell'IA.

Scrittura e storytelling d'impresa: creare contenuti per il piano editoriale con la potenza dell'IA



Docente



Si occupa di narrazione d'impresa applicata a strategie di marketing digitale. Co-fondatore di Plume, ha ideato il metodo Cinque Vasi (per la scrittura creativa) e SIEPE (per la creazione e l'organizzazione di contenuti editoriali). Speaker ad eventi sul marketing digitale, podcaster e autore di libri. Ha pubblicato "Raccontarsi online - Dal freelance alle piccole e medie imprese: storytelling per il marketing digitale"

(editore Hoepli).

Come imparare ad interpretare i numeri dei clienti/fornitori - 1^a parte

Francesca Colonna | 9 giugno | h. 9/13

Come leggere un bilancio: stato patrimoniale, conto economico, analisi dei flussi finanziari: 1^a parte

Il bilancio delle aziende è uno strumento fondamentale per conoscere i propri concorrenti e i clienti attuali e potenziali. Attraverso la riclassificazione possiamo avere una panoramica di sintesi dell'ambiente nel quale operiamo



Come imparare ad interpretare i numeri dei clienti/fornitori - 2^a parte

Francesca Colonna | 12 giugno | h. 9/13

Come leggere un bilancio: stato patrimoniale, conto economico, analisi dei flussi finanziari: 2^a parte

Il bilancio delle aziende è uno strumento fondamentale per conoscere i propri concorrenti e clienti attuali e potenziali. Attraverso la riclassificazione possiamo avere una panoramica di sintesi dell'ambiente nel quale operiamo



Docente

Dottore Commercialista e Revisore Legale.

Membro del Collegio Sindacale, anche quale Presidente, di diverse società, non quotate nel settore ICT, finanziario, farmaceutico, automotive. Presidente e componente di Organismi di vigilanza ex D.Lgs. 231/01. Socia dello Studio Boidi Cecchetti e associati. Opera nella consulenza fiscale e societaria; operazioni societarie straordinarie (fusioni, scissioni, trasformazioni, conferimenti etc.) Redazione di Business Plan, negoziazione contrattuale e consulenza fiscale in operazioni M&A; Attività di due diligence fiscale e contabile a supporto delle transazioni; Perizie di stima e valutazioni di imprese.

La costruzione di un piano di vendita - 1^a parte

Alessio Giachin Ricca | 12 giugno | h. 14/17

Lo strumento per pianificare le attività di vendita

Attraverso una serie di tecniche dell'experience design (VPC, Emphaty Map, Personas, CJM, etc) andremo a identificare un modello per la costruzione del piano di vendita



Docente

Dopo 15 anni di vita aziendale dal 1995 anni svolge attività di ricerca, consulenza e formazione per imprese, enti pubblici, consorzi e associazioni di categoria in Marketing, Vendite, Negoziazione, Business Model Generation. Dal 1998 applica la teoria DiSC nell'ambito delle attività di vendita e negoziazione. Progettista di Adaptive Selling© e Adaptive Negotiation©. Progettista e coordinatore del percorso SalesCult - La Cultura della Vendita (Skillab, 12 edizioni dal 2005 al 2017 e nel 2023). Dal 2018 è CEO di Ambin srl start up innovativa che produce sci da freeride d'alta gamma. Autore del libro "Il Manifesto del Venditore", Anteprema Edizioni 2014. 2a edizione ristampata 2021.



Dark side of the moon: dalla parte dell'acquirente

Franco Cavallotti | 19 giugno | h. 9/13

Caratteristiche del Buyer Evoluto

Per un venditore è fondamentale conoscere meglio il suo interlocutore e le sue logiche d'acquisto, al fine di migliorare la sua capacità di soddisfarne le esigenze e cercare di acquisire un vantaggio competitivo rispetto ai propri competitor



Docente

Ingegnere di formazione, si occupa di "Acquisti" da più di trent'anni. Dopo circa 20 anni di attività in azienda, in cui ha coperto vari ruoli in ambito acquisti fino a diventare Vice President Acquisti di una grande azienda multinazionale, ha intrapreso l'attività da libero professionista e ha fondato una sua società di consulenza e formazione. Da circa 12 anni opera come docente e consulente in ambito acquisti e collabora con alcune delle più importanti società internazionali di formazione e consulenza manageriale.



La costruzione di un piano di vendita - 2ª parte

Alessio Giachin Ricca | 19 giugno | h. 14/17

Lo strumento per pianificare le attività di vendita

Attraverso una serie di tecniche dell'experience design (VPC, Emphaty Map, Personas, CJM, etc) andremo a identificare un modello per la costruzione del piano di vendita



Docente

Dopo 15 anni di vita aziendale dal 1995 anni svolge attività di ricerca, consulenza e formazione per imprese, enti pubblici, consorzi e associazioni di categoria in Marketing, Vendite, Negoziazione, Business Model Generation. Dal 1998 applica la teoria DiSC nell'ambito delle attività di vendita e negoziazione. Progettista di Adaptive Selling© e Adaptive Negotiation©. Progettista e coordinatore del percorso SalesCult - La Cultura della Vendita (Skillab, 12 edizioni dal 2005 al 2017 e nel 2023). Dal 2018 è CEO di Ambin srl start up innovativa che produce sci da freeride d'alta gamma. Autore del libro "Il Manifesto del Venditore", Anteprima Edizioni 2014. 2a edizione ristampata 2021.



PROJECT WORK

Alessio Giachin Ricca | 4 luglio | h. 9/13

Presentiamo il nostro piano di vendita

Esposizione in plenaria dei propri piani di vendita

75 ore aula

I **pranzi** nelle giornate che prevedono il pomeriggio sono offerti da Skillab, presso il ristorante del Circolo soci dell'Unione Industriali.

Sarà possibile iscriversi ai singoli moduli,

Con uno sconto particolare ai partecipanti di una delle 15 edizioni passate.

Vuoi iscrivere più persone della stessa azienda?

Sconto del 10% su ogni iscrizione dal terzo iscritto.



Calendario

28 febbraio	<i>Alessio Giachin Ricca</i>	Adaptive Selling	<i>Aiutiamo il nostro cliente a decidere</i>
7 marzo	<i>Barbara Cassoli</i>	La danza del comunicare	<i>Come rendere vitale e rilevante la comunicazione col cliente</i>
14 marzo	<i>Yadvinder S. Rana</i>	L'arte della negoziazione	<i>Talento e preparazione</i>
28 marzo	<i>Fulvio Julita</i>	Il ruolo del marketing digitale nel processo di vendita Brand reputation e digital storytelling	<i>Guadagnare visibilità aziendale, coltivare reputazione, stabilire rapporti di fiducia</i>
4 aprile	<i>Rebecca Pera</i>	Osservando il mercato	<i>Dai BigData agli Small Data</i>
23 aprile	<i>Lorena Petriccione</i>	Visual Design	<i>Creare e gestire presentazioni efficaci</i>
9 maggio	<i>Silvia Rivetti</i>	Quando il marketing incontra le vendite	<i>Come trovare il proprio posto nel mercato</i>
23 maggio	<i>Fulvio Julita</i>	Gli strumenti della nuova era tecnologica	<i>Workshop sull'Intelligenza Artificiale Generativa</i>
9 giugno	<i>Francesca Colonna</i>	Come imparare ad interpretare i numeri dei clienti/fornitori 1ª parte	<i>Come leggere un bilancio: stato patrimoniale, conto economico, analisi dei flussi finanziari: 1ª parte</i>
12 giugno	<i>Francesca Colonna</i>	Come imparare ad interpretare i numeri dei clienti/fornitori 2ª parte	<i>Come leggere un bilancio: stato patrimoniale, conto economico, analisi dei flussi finanziari: 2ª parte</i>
12 giugno	<i>Alessio Giachin Ricca</i>	La costruzione di un piano di vendita - 1ª parte	<i>Lo strumento per pianificare le attività di vendita</i>
19 giugno	<i>Franco Cavallotti</i>	Dark side of the moon: dalla parte dell'acquisitore	<i>Caratteristiche del Buyer Evoluto</i>
19 giugno	<i>Alessio Giachin Ricca</i>	La costruzione di un piano di vendita - 2ª parte	<i>Lo strumento per pianificare le attività di vendita</i>
4 luglio	<i>Alessio Giachin Ricca</i>	Presentazione PROJECT WORK	<i>Esposizione in plenaria del piano di vendita</i>



CUOA BUSINESS SCHOOL

*Molto più di una scuola
di management*

CUOA è la Business School di più lunga tradizione oggi attiva in Italia. Nasce nel 1957 all'interno della Facoltà di Ingegneria dell'Università di Padova per volontà di un ampio sistema istituzionale, economico e imprenditoriale rappresentativo di quel territorio allora chiamato Triveneto e oggi Nordest.

La missione data allora, e ancora oggi perseguita, è di contribuire alla creazione e allo sviluppo di una moderna classe dirigente, sia nel settore privato che nel pubblico.

CUOA la realizza con attività di alta formazione, di informazione e di indagine, combinando nei propri percorsi formativi teoria e prassi, ricerca e risultato, metodo e innovazione. Accanto ai soci fondatori, CUOA oltre 165 imprese e 17 Università sostenitrici, rappresentando un modello originale e unico nel panorama italiano.



SKILLAB

*Centro Valorizzazione
Risorse Umane dal 2002*

SKILLAB è la società di formazione manageriale di Unione Industriali Torino.

Skillab accompagna le aziende nell'adeguamento delle organizzazioni e delle risorse umane ai mutamenti del mondo del lavoro, mettendo al centro caratteristiche, bisogni e obiettivi delle persone e delle imprese per la loro crescita e maggiore competitività. La mission di Skillab è quella di diffondere la cultura dell'innovazione e del cambiamento, garantire il miglioramento continuo di competenze, comportamenti e professionalità delle risorse umane, grazie alla formazione e a innovativi approcci metodologici, secondo i nuovi trend delle trasformazioni in atto.



Coordinamento didattico

Alessio Giachin Ricca – 347 4144170

Tutor

Monica Pignatelli

366 4377734 / 011 5718560

pignatelli@skillab.it

Per iscrizioni

<https://bit.ly/3RSt2D9>

seguici su

www.skillab.it

