

AREA MANAGER (2GG)

Obiettivi del corso:

Sviluppare le capacità di pianificazione e di gestione dello sviluppo della propria area e padroneggiare ed utilizzare le tecniche di gestione per un area manager.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

AREA MANAGER (2gg)

- ✂ Il ruolo dell'Area Manager: sapere, saper fare, saper far fare, saper essere;
- ✂ Organizzarsi, gestire le proprie priorità e saper delegare;
- ✂ Gli strumenti di analisi e i supporti alla presa di decisioni;
- ✂ Sfruttare concretamente gli strumenti di marketing per impostare l'azione commerciale;
- ✂ Padroneggiare i metodi e gli strumenti di diagnosi commerciale per identificare le aree di crescita e sviluppo;
- ✂ La valutazione del potenziale dei Clienti (attuali e nuovi);
- ✂ La matrice competitiva: valutare il nostro posizionamento competitivo nell'area;
- ✂ Individuare i punti di forza da sviluppare ed i punti di debolezza da migliorare;
- ✂ La pianificazione di marketing e i relativi piani d'azione commerciali;

- ✦ Definire i propri obiettivi: la strategia commerciale;
 - ✦ Scegliere le azioni da condurre, stabilire le priorità, darsi degli obiettivi in termini di risultati;
 - ✦ Stimolare l'ambizione e l'energia nei propri uomini;
 - ✦ Misurare le azioni condotte e i risultati: per Cliente, per prodotto, per venditore;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-