# Selling for Business (Laboratorio)

## Prof. Alberto Albertini

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

**Obiettivo**

Il laboratorio Selling for Business persegue tre obiettivi didattici principali:

* fornire un’overview approfondita delle più affermate tecniche di vendita: i principi di funzionamento del processo, l’importanza della “persona” che sta dietro il venditore e il “cliente”; l’importanza della relazione di fiducia con gli interlocutori, della sicurezza, della efficacia comunicativa e della autorevolezza, oltre alle azioni da intraprendere e soprattutto agli errori da evitare.
* cominciare a padroneggiare i primi strumenti che si possono utilizzare in una relazione commerciale, finalizzata a una logica win-win; fare in modo che, attraverso un prodotto/servizio/attività il cliente possa soddisfare i propri bisogni e scegliere di lavorare con la controparte nel lungo termine
* capire li errori più comuni che i venditori compiono nello svolgimento delle loro attività, condividere le milestone della vendita e le relative strategie e azioni più utili per riuscire a ottenere risultati efficaci.

Scopo dell’insegnamento è quello di analizzare i fondamenti teorici del processo di vendita, e le modalità più efficaci con cui l’impresa promuove i propri prodotti e servizi sul mercato.

Le lezioni sono arricchite dalla testimonianza di relatori esterni: Professionisti, Consulenti, Rappresentanti di Istituzioni e Associazioni di Categoria, Imprenditori, Amministratori Delegati e Manager (soprattutto coloro che sono coinvolti nella vendita), di aziende leader e internazionali, per raccontare di persona casi significativi, esempi reali, metodi e pratiche correnti di imprese di successo. Attraverso la presentazione diretta delle loro attività e delle loro funzioni, possono infatti mediare in concreto le nozioni di base del funzionamento di una campagna di vendita.

**Risultati di apprendimento attesi**

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di comprendere, in modo elementare:

1. Il processo di vendita: in cosa consiste e cosa è importante fare in ciascuna fase del processo
2. L’importanza di fare domande
3. Come aiutare il cliente a comprendere gli impatti della vendita
4. Personalizzare la proposta di vendita e di valore in base alle specifiche necessità del cliente
5. L’importanza della preparazione al fine di chiudere con successo un maggior numero di trattative
6. Come parlare ai reali decisori
7. Come migliorare costantemente, attraverso l’analisi delle trattative vinte e perse
8. Come sviluppare ulteriori opportunità di business attraverso le testimonianze e le referenze.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Al termine dell'insegnamento, lo studente sarà in grado di:

* distinguere i punti di forza e di debolezza delle tecniche di vendita;
* ricavare alcuni modelli di successo e i principali metodi nella gestione e nell’organizzazione delle azioni di vendita;
* comprendere, seppure in modo elementare, le strategie che sottendono una campagna di vendita efficace, soprattutto in aziende business to business.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola in due parti strettamente collegate:

* Nella *prima parte* del corso si introducono alcune nozioni di base sulla terminologia e i diversi ambiti della vendita, anche con l’aiuto di professionisti e consulenti, attraverso casi pratici e dati reali.
* Nella *seconda parte* del corso si coinvolgono manager e imprenditori provenienti da imprese leader e internazionali, per analizzare alcuni casi, soprattutto piani di lavoro nell’ambito delle vendite, oltre che esperienze significative.

***BIBLIOGRAFIA***

Letture consigliate (non obbligatorie)

* Alberto Albertini, *“Noodles, acqua bollente e lacrime”,* Rubbettino Editore, 2022 [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/alberto-albertini/noodles-acqua-bollente-e-lacrime-9788849871029-707832.html)
* Robert Cialdini*, “Le armi della persuasione”*, Edizioni Giunti, 2015 [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/robert-b-cialdini/le-armi-della-persuasione-9788809896840-698833.html)
* Phil Kreindler, “*Customerized Selling - Learn How Customers Want You To Sell*”, Edizioni Harvard Business e InfoTeam, 2016
* Materiale delle lezioni fornito dal docente e pubblicato nella piattaforma blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il metodo didattico impiegato in questo corso si fonda largamente su lezioni frontali, integrate da testimonianze di esperti in presenza e/o utilizzando supporti audio e video, discussione di casi di studio, di presentazioni generali, soprattutto piani di vendite.

Gli studenti troveranno il materiale presentato a lezione e i relativi riferimenti nella piattaforma blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Il laboratorio è a frequenza obbligatoria. Agli studenti verrà chiesto di sviluppare un project work, se possibile di gruppo, che determinerà la valutazione finale. Tale valutazione terrà conto del rispetto del brief, dell’applicazione degli insegnamenti appresi, della coerenza tra le diverse parti del progetto, del suo livello di fattibilità e del grado di innovazione proposto.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Alberto Albertini riceve gli studenti presso il proprio studio dell’Università Cattolica di Via Trieste 17, solitamente alle ore 8:30, in giorni da concordare via e-mail (alberto.albertini1@unicatt.it), oppure sempre prima e dopo le lezioni.