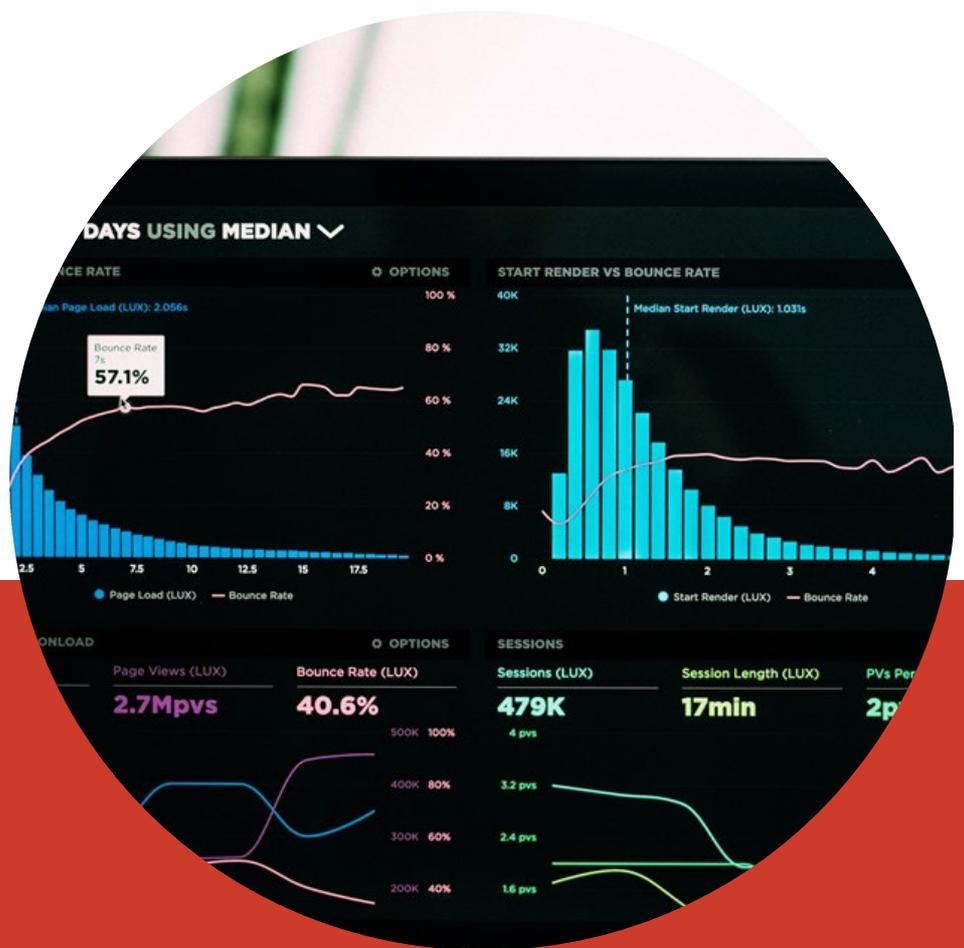


# Costi Commerciali



**Amministrazione, Finanza e Fisco**

# Costi Commerciali

**Data: 8 e 15 ottobre 2024**

## DESTINATARI

Responsabili Amministrativi, Controller

## OBIETTIVI

I costi commerciali sono spesso argomento di discussione tra venditori e amministrativi.

Da una parte è giusto spendere meno, ma se si taglia troppo si “butta via il bambino con l’acqua sporca” e le vendite si inceppano.

L’estremo opposto è ugualmente pericoloso: dare carta bianca ai venditori rischia di portare a sprechi e spese inutili.

Qual è la giusta via di mezzo? Questo corso, basato sulla ventennale esperienza di due professionisti che hanno la doppia competenza (amministrativa e commerciale) può aiutare il manager amministrativo a dialogare con la “controparte” commerciale per trovare un punto di incontro che soddisfi entrambi e preservi la profittabilità dell’azienda senza spegnere il motore della vendita.

## CONTENUTI

- **Gli sconti:**
  - l’impatto sui margini di questi costi commerciali spesso “invisibili”
  - Come contabilizzare gli sconti commerciali
  - Come usare la leva dello sconto commerciale per stimolare le vendite senza danneggiare (troppo) i profitti
- **Il costo del venduto:**
  - Acquisti e rimanenze: l’impatto del magazzino (aumento e diminuzione) sul costo del venduto
  - Come allinearsi con i commerciali in merito al costo di acquisto/costo di venduto, solitamente fornito dalla funzione preposta al loro calcolo
  - I premi fornitori e il costo del venduto
- **I costi commerciali variabili**
  - Provvigioni agenti: spunti e buone prassi
  - Trasporti su vendite: leva commerciale, percezione del cliente, prassi di settore
  - Premi su risultati a venditori (diretti e indiretti)
- **I costi fissi commerciali di diretta imputazione**
  - Stipendi della rete e del management
  - Trasferte, viaggi, flotta auto
  - Costi di comunicazione: PC, telefono, infrastrutture IT
- **I costi fissi commerciali generali**
  - Struttura di supporto alle vendite: persone di customer care / inside sales, ratio venditori/customer care, riconversione in funzione dell’evoluzione del ruolo
  - Fiere ed eventi: budget, consuntivi, collegamento ai risultati
- **I costi opportunità: il costo del non-costo**
  - Effetto del mix: perché il margine, non il fatturato, determina la salute aziendale
  - Costi commerciali e strategia: perché dirigere i venditori nella direzione sbagliata può generare un costo-opportunità
  - Il rischio di tagliare troppo: indizi e segnali di allarme

- In pratica: da dove cominciare
  - Checklist e to-do list sulle varie componenti di costo

## DOCENTI

### **Cristina Mariani**

Professore a contratto presso il Master di Primo livello "Account & Sales Management" per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Consulente, docente, già imprenditrice, scrittrice e giornalista pubblicista, supporta le aziende in area commerciale (marketing, vendite, customer experience, business writing) oltre che per pricing e controllo del cash flow. Laureata con lode in Economia (Università Bocconi di Milano) con specializzazione Amministrazione e Controllo, imprenditrice per 15 anni, libera professionista dal 2005. Ha all'attivo numerose pubblicazioni: Direttore editoriale dal 2012 della collana "Impresa Diretta" per la casa editrice Franco Angeli.

## METODOLOGIA DIDATTICA

Tutti gli argomenti del Corso sono affrontati attraverso una metodologia didattica pratica (case study esempi, confronto d'aula) e interattiva che alterna lezioni frontali, sessioni on line ed esercitazioni.

## SEDE DEI CORSI / MODALITÀ DI EROGAZIONE

Si specifica che il corso si svolgerà a distanza in modalità FAD sincrona tramite Zoom



**DURATA**

**8 ORE**



**DATE E ORARI**

**8 e 15 ottobre 2024  
9:00-13:00**



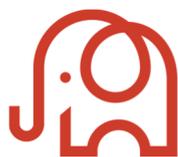
**PREZZO ASSOCIATI**

**€ 280,00 + IVA**



**PREZZO NON ASSOCIATI**

**€ 370,00 + IVA**



# Scheda di Iscrizione

## Costi Commerciali

Date e orari: 8 e 15 ottobre 2024 con orario 9:00-13:00

DA INVIARE COMPILATA TRAMITE E-MAIL AD UNO DEI SEGUENTI INDIRIZZI

[P.BUZZI@UI.PISA.IT](mailto:P.BUZZI@UI.PISA.IT) / [SEGRETERIA@ISFORMAZIONE.IT](mailto:SEGRETERIA@ISFORMAZIONE.IT)

IL/LA SOTTOSCRITTO/A:

\_\_\_\_\_  
AZIENDA:

\_\_\_\_\_  
PARTITA IVA:

\_\_\_\_\_  
CODICE FISCALE:

\_\_\_\_\_  
INDIRIZZO:

\_\_\_\_\_  
CITTÀ:

\_\_\_\_\_  
TELEFONO:

\_\_\_\_\_  
EMAIL:

N°	Nome e Cognome del Partecipante	Indirizzo Email del Partecipante	Ruolo ricoperto in Azienda	Prezzo Associati	Prezzo NON Associati
1					
2					
3					
4					
5					

Inoltre dichiara di:

- Essere un'azienda associata
- Non essere un'azienda associata

Timbro e Firma

\_\_\_\_\_