

Strategie e tattiche di negoziiazione e pricing b2b



Strategia & Management

DESTINATARI

Sales Manager e Venditori B2B, Responsabili Commerciali, Business Development Manager, Manager di Marketing, Imprenditori e Startupper, Manager della Supply Chain e Operations, e a tutte le figure che nella prassi lavorativa gestiscono, in contesti B2B, trattative complesse di vendita e/o di acquisto.

OBIETTIVI

La gestione efficace di una trattativa complessa in ambito B2B si deve tradurre, per coloro che operano in contesti dove la negoziazione è un frequente “momento/strumento di lavoro”, in capacità di esprimere al meglio quegli approcci metodologici e quei comportamenti manageriali che contraddistinguono il processo negoziale in tutte le sue fasi.

La sistematicità nelle fasi preparatorie, una visione globale dello scenario (nazionale e/o internazionale), una approfondita conoscenza della “controparte”, la sensibilità al controllo “in tempo reale” delle dinamiche negoziali, una corretta strategia, adeguati giochi tattici ecc., rappresentano alcuni dei fattori chiave di successo che danno efficacia a questo processo.

Gli obiettivi di questo percorso formativo sono così definiti:

- acquisire una chiave di lettura e di interpretazione circa le variabili di business, “situazionali” e di dinamica relazionale, che caratterizzano il processo negoziale;
- sviluppare le capacità metodologiche e operative atte a pianificare e gestire con efficacia una trattativa complessa;
- sviluppare le capacità di gestione sia delle componenti tattiche della **NEGOZIAZIONE**, in riferimento alle sue componenti economiche (“valore contro prezzo” ecc.) e ad altri parametri negoziali favorire la crescita personale nelle dimensioni relazionali-psicologiche che danno successo al “faccia-a-faccia”.

PROGRAMMA FORMATIVO

CONTENUTI FORMATIVI

- Cos'è negoziazione
- Negoziazione e posizionamento competitivo
- La definizione dei territori negoziali oggi/domani
- Valenze collaborative e conflittuali nella negoziazione
- Primo impatto e business presentation nell' ottica di “vendere valore”
- Le fasi del processo: il prima, il durante e il dopo
- Criteri di pianificazione: generali e per specifiche trattative
- Il prima: analisi di scenario e qualificazione della controparte
- L' analisi della forza contrattuale (propria e della controparte)
- Come “giocare” da posizioni di relativa debolezza sul piano della forza contrattuale
- Aspetti di “intelligence” per capire in anticipo la “posizione” negoziale della controparte
- Come entrare nella “blind zone” della controparte ai fini strategici e tattici
- Il gioco tra i minimi e massimi obiettivi
- Quali alternative tattiche nel caso di trattativa “dura” della vostra controparte?
- I giochi tattici nel prima, durante e in fase di chiusura di una trattativa

DOCENTE

Amleto Caputo

Laurea in Scienze Sociali (Università di Urbino); Laurea in Psicologia ad indirizzo applicativo (Università di Padova); Master breve in Psicologia del lavoro.

Esperto di risorse umane/sviluppo organizzativo, con pluriennale esperienza progettuale e consulenziale su progetti di change management, di riorganizzazione aziendale e di gestione e sviluppo delle risorse

umane. Opera inoltre come formatore sia su tematiche di skills manageriali, (leadership, problem solving, strategie di negoziazione e di pricing, parlare in pubblico, business presentation ecc.) che di comportamento organizzativo (comunicazione, team building, gestione dei conflitti inter-organizzativi, sviluppo personale). Relativamente al tema negoziazione, affianca Imprenditori, Direzioni Generali, Commerciali ed Acquisti, nella gestione di negoziati B2B inerenti l' acquisto o la vendita di imprese, contratti di fornitura ecc.

METOLOGIA DIDATTICA

L'impostazione didattica di questo intervento è dunque tale da favorire la crescita manageriale sia nelle componenti di **razionalità-metodo** necessari a "governare " l' intero processo, che nei **comportamenti di influence** e di gestione delle componenti tattiche da mettere in atto per ottimizzare il proprio risultato.

Il percorso formativo, di carattere teorico-pratico, prevede l'utilizzo di:

- analisi guidate di preparazione di sessioni negoziali b2b
- esercitazioni analogiche e "contestualizzate"
- analisi di case history aziendali dei partecipanti
- video
- brevi concettualizzazioni.

SEDE DEI CORSI / MODALITÀ DI EROGAZIONE

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



DURATA

**16 ORE
IN PRESENZA**



DATE E ORARI

**13-14 FEBBRAIO 2025
Con orario 09:00-13:00
14:00-18:00**



PREZZO ASSOCIATI

€ 550,00 + Iva



PREZZO NON ASSOCIATI

€ 680,00 + Iva



Scheda di Iscrizione

STRATEGIE E TATTICHE DI NEGOZIAZIONE E PRICING B2B

Date: **13-14 FEBBRAIO 2025**

Con orario **09:00-13:00 14:00-18:00**

C/O INDUSTRIA SERVIZI FORMAZIONE SRL VIA DELLE BOCCHETTE, 1A - LOC. PUTIGNANO - 56121 PISA

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

p.buzzi@ui.pisa.it / m.occhipinti@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
