

Come le scelte dei commerciali influenzano la redditività aziendale

Obiettivi:

Saper presidiare gli aspetti economico-finanziari di ogni business, valutare attentamente tutti i costi diretti ed indiretti di un progetto e saper simulare i diversi scenari relativi alle vendite reali.

Si ragionerà in termini di marginalità per cliente e per progetto cercando di orientare gli sforzi commerciali laddove risultano più efficaci.

Destinatari: Funzionari di vendita, Key Account Manager, Capi Area

Programma:

- Il processo commerciale: fasi e aspetti economici e finanziari
- Come le leve del commerciale impattano sul conto economico
- La Vita Aziendale
- Elementi Economici, Finanziari e Patrimoniali
- Quando fallisce un'azienda
- Costi Fissi e Variabili
- Il Margine di Contribuzione (MC)
- Il Break Even Point
- Effetto dello sconto o dell'incremento prezzi sul MC
- Lettura del Conto Economico
- Lo Stato Patrimoniale e gli Indici di Bilancio
- Analisi della marginalità per cliente / progetto
- La valutazione di un progetto o di un investimento: principali indicatori (Payback Period, VAN e TIR)

Durante il seminario i partecipanti si cimenteranno in esercitazioni e simulazioni individuali e di gruppo