

**INIPA**  
formazione  
sviluppo



***“Percorso di formazione manageriale per  
responsabili area vendita e mercato”***

**2012**

## PROGRAMMA CORSO

Sede di realizzazione: Centro Congresso Cavour – Roma, Via Cavour 50

### 1° MODULO

#### LO SCENARIO DI RIFERIMENTO: OPPORTUNITA' E PROSPETTIVE DELLA FILIERA OLIVICOLA ITALIANA

1° giorno	
10:30 – 11:00	Accoglienza e registrazione partecipanti
11:00 – 11:15	Avvio dei lavori Presentazione delle finalità dell'iniziativa all'interno degli obiettivi strategici della Filiera Olivicola Italiana e dei progetti di Marketing e Commercializzazione
11.15 – 13:30	Quadro di riferimento del mercato nazionale ed estero della filiera olivicola Sviluppi del mercato nazionale dell'olio extravergine: trend recenti, posizionamento, evoluzione delle dinamiche commerciali Presentazione di alcuni mercati esteri, del loro sistema di distribuzione e delle potenzialità individuate Risultati degli Store check on line realizzati da Unaprol Le 10 regole d'oro della distribuzione
13.30 – 14:30	<b>Colazione di lavoro</b>
14:30 – 17:30	La distribuzione moderna: l'offerta al servizio del consumatore  Approfondimenti sulle dinamiche commerciali del mondo della GDO, VD, VDO e HO.RE.CA. e altri canali distributivi  <i>(Esercitazioni in sottogruppi e discussione in plenaria)</i>

<b>2° giorno</b>	
9:00 – 13:00	<p>Come costruire un Piano di Marketing per la valorizzazione dell'Olio 100% Italiano</p> <p>Costruire la catena del valore</p> <p><i>(Esercitazioni in sottogruppi e discussione in plenaria)</i></p>
13:00 – 14:00	<b>Colazione di lavoro</b>
14:00 – 16:00	<p>Punti di forza per il produttore olivicolo: miglioramento qualitativo degli olii per la creazione di un Blend, come leva di marketing per la promozione e vendita dell'olio 100% italiano</p>
16:00 – 16.15	Conclusioni del 1° Modulo

## **2° MODULO**

### **IL MANAGEMENT DELL'AREA VENDITA E MERCATO**

<b>1° giorno</b>	
10:30 – 11:00	Accoglienza e registrazione partecipanti
11:00- 11:45	Avvio dei lavori e ripresa dei temi dell'incontro precedente. I programmi di promozione UNAPROL, il Consorzio, gli accordi commerciali di filiera
11:45 – 13:30	<p>Governance, contrattualistica, strategie di mktg innovative</p> <p>Le nuove forme di visibilità: i social network</p> <p>Il ruolo della business community: consumer e trade (casi studio, esempi di buone pratiche, aziende olivicole e olearie)</p>
13.30 – 14.30	<b>Colazione di lavoro</b>
14:30 – 17:30	<p>Le relazioni verticali: dalla competizione alla collaborazione di filiera, accordi e partnership, la relazione con i buyer, la gestione dei flussi di prodotto, gli aspetti organizzativi</p> <p><i>(Esercitazione)</i></p>

9:00 – 13:00	<b>Giornata di Workshop: nuove strategie per la distribuzione</b> Discussioni, testimonianze e casi studio con la partecipazione di buyer, ristoratori cuochi, imprenditori olivicoli e oleari
13:00 – 14:00	<b>Colazione di lavoro</b>
14:00 – 16:30	Discussioni, testimonianze e casi studio con la partecipazione di buyer, ristoratori cuochi, imprenditori olivicoli e oleari
<b>3° giorno</b>	
9:00 – 13:00	Strumenti operativi per la costruzione di un Piano di Comunicazione per la vendita: terminologia, documentazione, linguaggio, strategie d'ingresso
13:00 – 14:00	<b>Colazione di lavoro</b>
14.00 – 16.00	La trattativa di vendita: come presentarsi  Case History  <i>(esercitazioni in sottogruppi e discussione in plenaria)</i>
16:00 – 16.15	Conclusioni del percorso formativo