

# SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro



presenta il

## CORSO

III EDIZIONE

# VENDERE NEL MERCATO B2B, OGGI.

## IL MESTIERE DEL VENDITORE NELL'ERA DELLE “RELAZIONI DIGITALI”



**27 - 28 novembre 2025**  
**MILANO**



**CORSO IN PRESENZA**





# IL TEMA

Le **relazioni umane** sono un asset fondamentale per il reparto vendite delle imprese, poiché costituiscono il principale veicolo per la **trasmissione** del **valore aziendale**.

Tuttavia, l'evoluzione tecnologica continua e la crescente digitalizzazione stanno modificando radicalmente il modo in cui queste relazioni vengono costruite e gestite, spesso relegandole a un ruolo marginale nelle trattative commerciali.

Il corso ci mostra come sfruttare le soluzioni digitali per lavorare ancora meglio sul comunicare valore al cliente, e sulle relazioni, rendendole ancora una volta la risorsa chiave per il successo delle vendite e dell'azienda.

Quando le **relazioni sono integrate con le tecnologie più moderne**, infatti, possono diventare uno strumento ancora più potente per ottimizzare il processo di vendita e valorizzare le competenze di ogni membro del team, e dell'azienda.



# GLI OBIETTIVI

Il corso si pone come finalità la creazione di una “**macchina di marketing & vendita**” agile e moderna, integrando nell’organizzazione il **Social**, il **Web**, i **Contenuti Interessanti**, e l’**Intelligenza Artificiale**.

Il partecipante acquisirà le seguenti competenze:

1

**L’applicazione del Social Selling – vendita e marketing che collaborano** utilizzando LinkedIn per condividere con i clienti il valore della propria azienda, e creare contenuti rilevanti per il settore.

2

**Comprendere i decisori (Decision-Maker e Stakeholder) trovarli e contattarli** focalizzandosi sulla costruzione di relazioni che evidenzino i bisogni specifici di ogni ruolo all’interno della potenziale azienda cliente.

3

**Creazione di Contenuti Digitali e Storytelling – creare conversazioni interessanti** a partire dalla condivisione di casi di successo che permettano di allineare la propria offerta alle esigenze dei clienti.

4

**Integrazione dell’Intelligenza Artificiale nei Processi di Vendita & Marketing** analizzare casi pratici di utilizzo dell’AI per sviluppare competenze critiche nell’impiego dello strumento.

5

**Marketing & Vendite che Collaborano per la crescita** – come utilizzare gli strumenti come KPI, Governance, Modelli Operativi per misurare e migliorare le performance aziendali, definendo le responsabilità di ciascun membro del team, organizzando il lavoro in modo efficace e pianificando investimenti in competenze e tecnologia.

6

**Applicazione delle attività al proprio modello di business** – come integrare gli elementi appresi nel flusso di lavoro quotidiano.





# IL FORMAT




Il percorso formativo prevede **2 giornate di formazione** ciascuna da svolgere **in presenza**.  
Le giornate di formazione si svolgeranno dalle 9.30 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 17.00.

Gli incontri prevedono sia una parte di **didattica frontale** sia una parte dedicata a **esercitazioni singole e/o di gruppo**.



## A CHI È RIVOLTO

Il Corso è rivolto a **Direttori e Responsabili Vendite e Marketing B2B** che mirano a posizionare l'azienda in modo moderno, adottando nuovi metodi e canali per sostenere la crescita e la trasformazione aziendale, oltre che supportare il proprio team di Vendite e Marketing a comunicare in modo moderno ed efficace con i clienti, ed individuare clienti nuovi.



### TREND NELLE VENDITE B2B

- Cosa intendiamo per Vendite B2B. Cosa intendiamo per Account-Based Marketing
- Principali trend nelle vendite B2B che stanno cambiando radicalmente il panorama delle vendite B2B
- Cambiamenti nei processi decisionali
- Cambiamenti nel numero di decision-maker
- Cambiamenti nel tempo che i potenziali clienti non passano con noi fisicamente e nelle attività che svolgono (e gli effetti post Covid)
- L'uso dei canali social, in particolare LinkedIn, nelle vendite B2B
- Il ruolo dell'Intelligenza Artificiale in Vendite e Marketing

**WORKSHOP**

### STRUTTURARE IL NUOVO PROCESSO DI VENDITA – UN MODELLO DI VENDITE E MARKETING B2B

- Evoluzione del prodotto/servizio verso la digitalizzazione
- Scelta dell'azienda cliente ideale e individuazione delle aziende target
- Identificazione dei decision-maker chiave e come descrivere e individuare i contatti target
- Elementi essenziali di un Piano Business per Account – cosa vendere, e a chi
- Storytelling e materiale digitale per vendite e marketing
- Modello per materiali di marketing e vendite, con esempi concreti
- Contattare i clienti – vari canali e misurazione delle performance

**WORKSHOP**



### SOCIAL SELLING CON LINKEDIN

- Percezione di questo canale da parte dei clienti e perché considerarlo seriamente come strumento di vendita
- Cosa vedono i clienti dei nostri venditori e della nostra azienda su LinkedIn – e cosa vogliamo che vedano
- Cosa vediamo dei nostri clienti su LinkedIn e come sfruttare queste informazioni
- Come il marketing dovrebbe comprendere e usare LinkedIn per supportare le vendite

**WORKSHOP**

### CREAZIONE DI CONTENUTI PER IL B2B – COSA È NECESSARIO E CHI CREA I CONTENUTI?

- Ruolo e importanza dello storytelling nelle conversazioni di vendita odierne
- Esempi dai modelli B2B sui contenuti minimi necessari per cliente e venditore
- Storytelling Package – un modello da implementare all'interno dell'organizzazione

**WORKSHOP**

# GIORNO 2

MATTINA

## TESORI NASCOSTI E GOVERNANCE – COME REPLICARE LE VENDITE DI SUCCESSO

- Come replicare affari di successo con i clienti – è compito del marketing, delle vendite, o di entrambi?
- Come assicurarsi che i team di vendita conoscano le storie di successo e le applichino a clienti simili
- Strutturare un sistema per replicare il successo

WORKSHOP

## ACCOUNT BUSINESS PLAN – IL PIANO DI VENDITA SUL CLIENTE

- Cosa so di questo cliente? Cosa so del team che decide sui temi che io vendo?
- Che potenziale ha questo cliente per me?
- Quali contenuti e Soluzioni porto a chi?

WORKSHOP

## INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLE VENDITE E NEL MARKETING

- Opinioni di esperti sui potenziali impatti sui processi di vendita e sulla catena di valore, e riflessioni sulla maturità tecnologica
- Potenziali Casi di sperimentazione

WORKSHOP

▶ **PAUSA PRANZO**

### KPI, GOVERNANCE, E MODELLI ORGANIZZATIVI

- Approfondimenti sulla strutturazione e misurazione dei reparti di Vendite e Marketing B2B
- Considerazioni sulla governance e come mantenere allineati i team di Vendite, Marketing e Enablement
- Come organizzare e misurare i reparti di Vendite e Marketing per rispondere alle esigenze moderne del B2B, con governance in un “Ufficio Commerciale”

**WORKSHOP**

### WRAP UP, CONDIVISIONE E COMMENTI SUI

**WORKSHOP**



## Manager esperto in gestione di strategie di vendita e marketing

**Direttore Marketing internazionale** con esperienza nei mercati della tecnologia e dei servizi, nonché in ambiti di consulenza, vendite e formazione delle vendite. **Esperto nella creazione e gestione di team di marketing, nella crescita e nelle vendite digitali e nel Social Selling.** Tra i risultati principali citiamo: numerosi progetti web e digitali per clienti globali; incrementi delle vendite del 40% YoY; trasformazione delle vendite di prodotti Digitali dal 18% al 50% del fatturato; Programmi di Social Selling adottati in 11+ paesi Europei. **Competenze in strategia, pianificazione della crescita, posizionamento, lancio di prodotti, vendite e sviluppo affari,** marketing digitale e inclusione nel Quadrante Magico di Gartner.





# ISCRIZIONI

Partecipanti: Minimo 8, massimo 25

Scadenza adesioni: **19 novembre 2025**

**Costo\*** : €1.600 + Iva a persona (pagabile in 3 rate con PayPal).

\*L'intera iniziativa formativa è finanziabile attraverso i principali Fondi Interprofessionali

**La quota di partecipazione deve essere versata entro la data di inizio del corso.**



# CONTATTI

**Martina Galbiati**

[martina.galbiati@este.it](mailto:martina.galbiati@este.it)

Cell. 339.1068668



**ESTE**<sup>+</sup>