ALINEA
training & consulting

PER IMPRESE
ED ENTI DI FORMAZIONE

Catalogo corsi

2027

Corsi, percorsi e progetti su misura per chi vende, decide i prezzi e guida le persone. Con l'AI come acceleratore, non come sostituto.

01 Vendere
02 Guidare la rete commerciale
03 Prezzi, costi e margini
04 Marketing e mercato
05 AI al lavoro
06 Numeri per decidere
07 Acquisti e pianificazione
08 Organizzazione e persone
09 Commercio, ristorazione e servizi

Cristina Mariani · Alinea Training & Consulting

Come leggere questo catalogo

110 proposte in 9 aree: corsi brevi, percorsi modulari e formati che proseguono dopo l'aula. Durate e formati sono quelli già collaudati; condizioni e calendario si concordano.

Per le aziende

Ogni titolo può diventare il modulo di un percorso costruito sui vostri prodotti, clienti e dati. Si parte da un problema, non da un programma: il catalogo serve a scegliere da dove cominciare.

Per gli enti di formazione

Corsi pronti per il calendario interaziendale, con durate e formati già collaudati, e percorsi modulari che si possono attivare un pezzo alla volta.

110 proposte

38 novità 2027

19 percorsi e formati continuativi

63 con l'AI nel programma

Il metodo

Pratica prima di tutto

Circa il 70% del tempo d'aula è esercitazione. Ogni strumento viene introdotto su un caso, dimostrato, applicato dai partecipanti e discusso insieme.

Dimostrazione e applicazione

Gli esempi della docente sono rappresentativi del settore ma non sono dati aziendali reali. I partecipanti applicano il metodo ai propri prodotti e ai propri clienti.

La riservatezza è un contenuto

Quali dati si possono inserire in uno strumento di AI e quali no è materia di lezione, non una nota a margine. Nelle esercitazioni si usano dati anonimizzati.

AI come acceleratore

L'AI entra dove fa risparmiare tempo: ricerca, scenari, prime stesure. Il ragionamento economico e la decisione restano di chi lavora.

CVB

Caratteristiche, Vantaggi, Benefici: dalla scheda tecnica all'argomentazione di valore.

CAPTA

Cerca, Analizza, Proponi il primo contatto, Tratta, Accompagna: le cinque fasi del processo commerciale.

Cinque Pilastri

Ruolo, contesto e vincoli, struttura dell'output, esempi e controesempi, criteri di validazione: come si scrive un'istruzione per l'AI.

NOVITÀ 2027 titolo nuovo o riprogettato per il 2027

PERCORSO più moduli, un progetto continuativo

CON AI l'AI è strumento di lavoro in aula

Indice

I titoli sono collegamenti: nel PDF portano alla scheda. N indica le novità 2027.

01 Vendere

Vendere quando il cliente compra con l'AI N
Da venditore a consulente N
Oltre la scheda tecnica
Vendita tecnica con AI: presentare prodotti complessi
Offerte tecniche e commerciali con l'AI
Technical Sales in Action
Buyer persona e vendita collaborativa con AI
Cliente diverso, messaggio diverso
Trovare nuovi clienti con l'AI
Fiere per il commerciale N
Le 16 tattiche dei buyer
Superare i no della vendita
L'arte della chiusura
SmartSell Lab
Cross selling e upselling
Vendere il servizio e il post-vendita N
Executive Key Account & Sales Management
Leggere il bilancio del cliente prima della trattativa N

02 Guidare la rete commerciale

Obiettivi di vendita con l'AI
L'ultimo miglio dei dati commerciali N
Governare la rete di vendita indiretta N
Gestire distributori e importatori con l'AI
Sales Onboarding N
Costruire il manuale di vendita N
Budget delle vendite con l'AI
AI per responsabili commerciali
Dirigere i venditori
Il Metro delle vendite N
Dal dato al premio N

03 Prezzi, costi e margini

Smart Pricing base
Smart Pricing livello 2
Pricing per il service N
Perché il fatturato inganna N
Costi e prezzi con AI
Pricing con l'AI N
Pricing strategico per l'export
Comunicare gli aumenti di prezzo
Oltre il full costing
Dal costing al pricing N
Margine 360° N
Vendere assistenza tecnica e ricambi

04 Marketing e mercato

Conoscere i concorrenti per vincere le trattative
Farsi trovare dalle AI N
Marketing con i dati del CRM N
Casi di successo che vendono N
Neuro-writing
Dal mercato al piano di marketing N
Analisi del target per le aziende alimentari N
AI per l'analisi di mercato
Strumenti AI a supporto del marketing
Professione product manager
Marketing per le fiere

05 AI al lavoro

Introdurre l'AI in azienda · Formula 4×2
Intelligenza artificiale in azienda: corso base
Assistenti AI per il commerciale N
Claude Cowork per la vendita N
Claude in azienda: percorso avanzato
AI per le vendite
Claude per amministrazione e acquisti
Claude e Perplexity per amministrazione e finanza
Claude e Perplexity per acquisti e uffici tecnici
AI per funzione: dieci corsi da 4 ore
AI per gestire informazioni complesse
Stop alle riunioni inutili
Gestione del tempo con AI
Decidere con l'AI
AI e strategia aziendale
Regole d'uso dell'AI in azienda N
Club degli ex partecipanti AI N
Il referente AI di funzione N
Allenare il giudizio N

06 Numeri per decidere

Controllo di gestione per non addetti ai lavori
Bilanci senza segreti
Bilanci con AI
Analisi dei costi con AI
Margini per commessa e per cliente N
Il controller aumentato N
Budget in quattro settimane N
Quanti soldi servono?
AI per amministrazione e controllo di gestione

07 Acquisti e pianificazione

AI per il buyer N
Should cost analysis con AI
Vendor rating con AI
AI contrattuale base
Acquistare servizi e lavorazioni esterne N
Acquisti nel nuovo (dis)ordine globale N
S&OP pratico per PMI
Il magazzino che finanzia l'azienda N
Supply chain resiliente N
La previsione di vendita che serve alla produzione N

08 Organizzazione e persone

Competenze, valutazione e sistema premiante
Ridisegnare i ruoli nell'era dell'AI N
Selezione del personale con AI
Attrarre e trattenere i talenti
Motivare i collaboratori
Cinque generazioni in produzione e in ufficio N
Imagination Game
Quando sapere non basta più
Affiancamento individuale ai manager

09 Commercio, ristorazione e servizi

Il prezzo giusto
Comunicare gli aumenti di prezzo senza perdere i clienti
Menu engineering e prezzi della ristorazione
Sconti, promozioni e fidelizzazione
I numeri del mio negozio
La cassa prima di tutto
Quanto vale la mia attività?
Farsi trovare (e consigliare) dalle AI
L'AI come collaboratore in più
Vendere ai clienti aziendali
Trattare con i fornitori

01

Vendere

La trattativa, il valore, il cliente che cambia

18 PROPOSTE · 5 NOVITÀ 2027

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Interaziendale, oppure modulo di un percorso in azienda

Vendere quando il cliente compra con l'AI

Nel 2027 saranno i buyer a usare l'AI per confrontare fornitori, analizzare offerte e preparare le trattative. Il corso ribalta il punto di vista: come appare la propria offerta letta da una macchina, e come ci si distingue.

- Come i buyer usano l'AI: confronto tra fornitori, analisi delle richieste d'offerta, punteggio delle offerte
- Rendere l'offerta leggibile dall'AI: struttura, dati, prove di valore
- Anticipare le domande generate dall'AI del cliente
- Simulazione: trattativa contro un buyer assistito dall'AI

PER CHI Direttori commerciali, key account, tecnico-commerciali di aziende B2B

24 ore

PERCORSO

NOVITÀ 2027 CON AI

Sei moduli da 4 ore, online o in aula

Da venditore a consulente

Percorso per chi vende ad altre aziende

Il percorso lavora sulla conversazione del singolo venditore con il cliente: diagnosi dei bisogni, lettura di chi decide, caso economico, obiezioni e prezzo. Circa il 70% del tempo è esercitazione, su casi di studio comuni già collaudati in aula.

1 · Dal venditore al consulente — Che cosa cambia nel ruolo; caso a bivi; il proprio ciclo di vendita

2 · Chi decide davvero — Il centro d'acquisto: produzione, qualità, acquisti, finanza, proprietà; mappa di un cliente reale

3 · La diagnosi — Domande di scoperta e di conseguenza; interviste simulate con schede di ruolo

4 · Il valore per il cliente — Dalla caratteristica al beneficio; il caso economico in una pagina

5 · Obiezioni e prezzo — Metodo in quattro tempi; quanto costa davvero uno sconto; contropartite

6 · Il cliente nel tempo — Dopo la firma: verifica del valore, sviluppo del cliente; piano personale di 90 giorni

SI PORTA IN AZIENDA Un assistente AI costruito sul metodo del percorso: prepara gli incontri, simula un cliente difficile, aiuta a scrivere il caso economico e a rispondere alle obiezioni.

PER CHI Venditori e account che seguono clienti aziendali

8 ore

In aula

Oltre la scheda tecnica

Comunicare e vendere il valore dei prodotti tecnici complessi

Dalla scheda tecnica all'argomentazione di valore con il metodo CVB (Caratteristiche, Vantaggi, Benefici) di Alinea, valido per macchinari, valvole, attuatori, componenti e qualsiasi prodotto descritto da una scheda tecnica. Rapporto 30/70 tra teoria e pratica.

- Costruire la tabella CVB di almeno tre prodotti della propria gamma
- Tradurre i benefici nelle quattro categorie di valore: efficacia, efficienza, sicurezza, sostenibilità
- Confrontare il proprio prodotto con un concorrente con l'analisi Fishbein
- Calcolare il valore economico totale, oltre il prezzo d'acquisto
- Simulazione di vendita conclusiva

PER CHI Tecnici commerciali, area manager, venditori e tecnici a contatto con il cliente

---

8 ore

CON AI

Due sessioni

Vendita tecnica con AI: presentare prodotti complessi

La vendita del prodotto complesso è più consulenziale che descrittiva: processo lungo, più interlocutori, buyer che ragionano in costo totale di possesso. Il corso unisce tabella CVB, profilazione del cliente e analisi Fishbein, con l'AI per raccogliere informazioni e costruire la proposta di valore.

- La tabella CVB con la quarta colonna: interlocutori diversi, benefici diversi
- Profilare il cliente per un preventivo né troppo semplice né troppo dettagliato
- Delta prezzo e delta valore, verso la concorrenza e tra le proprie versioni
- Proposta di valore su misura per interlocutore, costruita con l'AI su dati anonimizzati

PER CHI Commerciali e tecnico-commerciali B2B, key account, responsabili vendite e titolari di PMI che vendono impianti, macchinari o prodotti tecnici

---

12 ore

CON AI

Una mezza giornata online e una giornata in aula

Offerte tecniche e commerciali con l'AI

Dalla richiesta del cliente all'offerta che si fa leggere: argomentazioni CVB, prima pagina del preventivo e proposta di valore per interlocutore, con l'AI a supporto.

- Costruire le argomentazioni CVB del prodotto offerto
- Scrivere la prima pagina del preventivo
- Adattare la proposta ai diversi interlocutori del cliente
- Lavorare con l'AI su offerte anonimizzate, senza inserire dati riservati

PER CHI Commerciali, tecnico-commerciali, ufficio offerte

---

4 ore

CON AI

Online

Technical Sales in Action

Buyer persona, obiezioni e ricerca di potenziali clienti a partire dai siti delle fiere: mezza giornata di lavoro per chi vende beni strumentali.

- Riconoscere chi decide e che cosa gli interessa
- Preparare le risposte alle obiezioni ricorrenti
- Ricavare dai siti delle fiere un elenco ordinato di potenziali clienti

PER CHI Commerciali di costruttori di macchine e impianti

4 ore

CON AI

Due moduli da 2 ore, erogabili anche separatamente

Buyer persona e vendita collaborativa con AI

Conoscere i decisori, coinvolgerli attivamente, chiudere con metodo

Due metodi complementari: la buyer persona (chi decide e perché) e la vendita collaborativa (come coinvolgerlo). L'AI accelera la costruzione dei profili.

- Costruire profili cliente utilizzabili, con strumenti AI
- Mappare il processo decisionale: decisori, influenzatori, possibili blocchi
- Trasformare il cliente in parte attiva della trattativa

PER CHI Commerciali e tecnico-commerciali del B2B industriale

---

4 ore

CON AI

Online

Cliente diverso, messaggio diverso

Personalizzare le comunicazioni commerciali, anche con l'AI

Lo stesso prodotto non si racconta allo stesso modo all'ufficio acquisti e all'utilizzatore. Il corso parte dalla buyer persona e arriva al messaggio.

- Individuare gli elementi che compongono una buyer persona efficace
- Generare e raffinare con l'AI le buyer persona della propria azienda, integrandole con dati reali
- Costruire una comunicazione su misura per almeno una di esse

PER CHI Ruoli commerciali, marketing e comunicazione

---

8 ore

CON AI

Online o in aula

Trovare nuovi clienti con l'AI

Accelerare la ricerca e il primo contatto

Individuare, valutare e qualificare potenziali clienti con l'AI, a partire dalle buyer persona e da criteri di segmentazione dichiarati.

- Definire criteri di segmentazione e profilo del cliente ideale
- Cercare e qualificare potenziali clienti con più strumenti AI, verificando le fonti
- Preparare il primo contatto

PER CHI Commerciali e marketing B2B

---

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Due moduli online da 4 ore, con un compito tra i due; massimo 12 partecipanti

Fiere per il commerciale

Dalla preparazione al follow-up, con l'AI a supporto

La fiera come attività commerciale misurabile. Ciascuno lavora su una fiera reale; l'AI serve per le attività ripetitive di preparazione, registrazione e ripresa dei contatti.

Prima della fiera — Obiettivi misurabili e costo per contatto utile; lista dei visitatori obiettivo; strumenti dello stand; inviti per segmento e per lingua; preparazione della squadra

Durante e dopo — Profilare e smistare il visitatore; registrare bene; la fiera come fonte di informazioni; la ripresa dei contatti nelle prime 72 ore e nelle sei settimane successive; misurare e riferire

SI PORTA IN AZIENDA Lista di controllo pre-fiera, schede contatto, matrice di priorità per la ripresa, raccolta di istruzioni AI commentate, modello di rapporto post-fiera.

PER CHI Commerciali e tecnico-commerciali che presidiano lo stand, responsabili commerciali, marketing

4 ore

Online

Le 16 tattiche dei buyer

Le tattiche negoziali più usate dagli uffici acquisti, una per una: come vengono impiegate, da quali segnali si riconoscono, come si risponde senza cedere valore.

- Riconoscere e anticipare le tattiche di pressione
- Preparare la risposta a ciascuna tattica
- Mantenere il valore durante la negoziazione

PER CHI Venditori e key account

---

4 ore

Superare i no della vendita

Le quattro tattiche per gestire le obiezioni

Le obiezioni sono una parte naturale della vendita. Il corso lavora sulle motivazioni che stanno dietro ai «no» e su quattro tecniche per gestirli in modo costruttivo.

PER CHI Venditori e agenti, account e key account

Durata su richiesta

L'arte della chiusura

Favorire la decisione senza fare pressione

La chiusura come completamento naturale di un percorso di comprensione dei bisogni: quando proporla e come mantenere un approccio consulenziale fino alla fine.

PER CHI Venditori e agenti, account e key account, professionisti che vendono i propri servizi

---

12 ore

LABORATORIO CON AI

Mezza giornata di preparazione, una giornata dal vivo, mezza giornata di restituzione con la direzione; massimo 12 partecipanti

SmartSell Lab

Palestra di trattativa con AI

Simulazioni di trattativa dal vivo su scenari costruiti dai partecipanti, analisi delle conversazioni con l'AI e restituzione strutturata. Per il 2027 scenari nuovi: gara con buyer professionale, comitato d'acquisto, rinegoziazione di contratti in essere.

PER CHI Venditori esperti, key account, area manager

---

8 ore

Due incontri online da 4 ore

Cross selling e upselling

Vendita aggiuntiva e sostitutiva per costruttori di macchinari

Trasformare ogni cliente acquisito in un'occasione di vendita aggiuntiva o sostitutiva, proteggendo i margini.

Strategia — Dove e a chi vendere: classificare le opportunità nella propria base clienti

Tattica — Come vendere sul campo: proposte di valore per la vendita aggiuntiva

PER CHI Commerciali e service di costruttori di macchine e impianti

8 ore

NOVITÀ 2027

Interaziendale

Vendere il servizio e il post-vendita

Ricavi ricorrenti per il manifatturiero

Contratti di assistenza, ricambi e servizi digitali sono la leva di marginalità più trascurata da chi vende macchine e impianti.

- Dal prodotto al contratto: service, ricambi, estensioni di garanzia
- Costruire e prezzare l'offerta a canone
- Vendere il valore del post-vendita al cliente che «non vuole pagare»

PER CHI Direzione commerciale, responsabili service, sviluppo commerciale

---

8 ore, con seguito di 8 ore

Una giornata in aula; seguito in due mezze giornate online

Executive Key Account & Sales Management

Una giornata sulla gestione dei clienti chiave e, per chi vuole proseguire, un programma operativo di vendita: trattativa, scheda cliente, analisi competitiva, domande di scoperta, gestione delle obiezioni.

PER CHI Key account e responsabili vendite

---

4 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Online

Leggere il bilancio del cliente prima della trattativa

Che cosa dice il bilancio depositato di un cliente, o di un potenziale cliente, su solidità, margini e capacità di investimento, e come usarlo per preparare l'incontro. Con l'AI per la prima lettura.

PER CHI Commerciali e key account

02

Guidare la rete commerciale

Obiettivi, indicatori, canali e persone

11 PROPOSTE · 6 NOVITÀ 2027

8 ore

CON AI

Sei moduli, in aula o online

Obiettivi di vendita con l'AI

Definire obiettivi, indicatori e premi per le forze vendita

Come la strategia si traduce in obiettivi, indicatori e premi di chi vende. Contenuti a complessità elevata, per profili di responsabilità. Si lavora su un caso didattico industriale di fantasia e l'AI è strumento di lavoro in ogni modulo.

- Passare da obiettivi solo economici a indicatori su più dimensioni
- Allineare strategia aziendale, obiettivi di vendita e attività quotidiane
- Impostare un sistema premiante coerente con gli indicatori scelti

PER CHI Direzione commerciale, titolari, controllo vendite, responsabili di canale

---

4 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Online in diretta, massimo 20 partecipanti

L'ultimo miglio dei dati commerciali

Dal report di Power BI alla mail al venditore

Quasi tutte le aziende hanno cruscotti di vendita aggiornati, eppure il dato raramente cambia il comportamento di chi vende. Il corso lavora sul passaggio che manca: leggere il dato, scegliere le priorità, tradurle in richieste e obiettivi, verificarne l'esito.

Perché i report non cambiano i comportamenti — Troppi indicatori, nessuna priorità, nessuna richiesta, nessuna verifica

Leggere bene il dato — Cinque trappole: il totale che compensa, la base di confronto, dal lordo al netto, il cambio di codice, il confronto tra clienti

Dal dato alla priorità e all'obiettivo — Matrice impatto e controllabilità; obiettivo misurabile collegato al premio

La mail al venditore — Laboratorio con l'AI: confronto dal vivo tra un'istruzione povera e una strutturata

Chiudere il ciclo — Il registro delle richieste; che cosa automatizzare e che cosa lasciare al responsabile

SI PORTA IN AZIENDA Caso didattico in Excel (cruscotto, database, esercizi), istruzione modello per la mail al venditore, griglia di valutazione, scheda «dal dato alla richiesta».

PER CHI Direzione commerciale, capi area, controller commerciali

---

8 o 12 ore

PERCORSO

NOVITÀ 2027

Tre moduli online da 4 ore: uno comune e due specialistici, frequentabili separatamente

Governare la rete di vendita indiretta

Distributori, importatori e agenti

Ciò che rende omogenea un'aula non è il settore, è il modello di canale. Per questo il percorso ha un modulo comune sul modello distributivo e due moduli specialistici: chi lavora con distributori sceglie il secondo, chi lavora con agenti il terzo. Gli aspetti contrattuali e giuridici non rientrano nel programma.

1 · Il modello distributivo e il governo del canale — La suddivisione del valore nella catena lunga; il conflitto di canale; margine al canale e prezzo finale; il cruscotto di controllo

2 · Distributori e importatori — L'identikit del distributore ideale; valutazione e scelta; ricerca e monitoraggio anche con l'AI; il piano commerciale del distributore

3 · Motivare e gestire gli agenti — L'affiancamento; le riunioni periodiche; il colloquio individuale, con simulazione; budget e indicatori per la rete

PER CHI Responsabili commerciali e di area export, direzione vendite, marketing che affianca la rete

4–8 ore

CON AI

Gestire distributori e importatori con l'AI

Valutare il proprio modello distributivo, scegliere i partner e seguirli nel tempo, con l'AI per la ricerca e il monitoraggio.

PER CHI Responsabili commerciali di aziende con distribuzione internazionale

---

8 ore

NOVITÀ 2027

Due sessioni online da 4 ore

Sales Onboarding

Inserire e rendere produttivo un venditore in 90 giorni

Reperire figure commerciali è difficile e ogni inserimento fallito è oneroso. Un metodo per portare il nuovo venditore a piena produttività entro 90 giorni.

- Costruire il piano di inserimento a 30, 60 e 90 giorni
- Decidere che cosa documentare nel manuale di vendita aziendale, e come
- Organizzare affiancamento, simulazioni e verifiche intermedie
- Definire gli indicatori di inserimento e riconoscere i segnali precoci di insuccesso

PER CHI Titolari, direttori e responsabili commerciali, responsabili delle risorse umane

---

24 ore

PERCORSO

NOVITÀ 2027

Sei sessioni da 4 ore in circa 14 settimane, prima e ultima in presenza; da 5 a 7 imprese non concorrenti, due persone ciascuna

Costruire il manuale di vendita

Il processo commerciale dell'impresa, scritto e reso ripetibile

Sei cantieri di redazione, non sei lezioni. Ogni impresa esce con il proprio manuale operativo di vendita, da venticinque a trentacinque pagine, costruito sulle cinque fasi del metodo CAPTA di Alinea.

Cerca — Individuazione e qualificazione dei potenziali clienti

Analizza — Il bisogno, il valore economico in gioco, il processo di acquisto della controparte

Proponi il primo contatto — Sequenze di contatto su più canali, modelli di messaggio

Tratta — Offerta, argomentazione del valore, obiezioni, difesa del prezzo

Accompagna — Attivazione, sviluppo, riordino e recupero della clientela; il cruscotto commerciale

SI PORTA IN AZIENDA Il manuale operativo di vendita dell'impresa. Formula estesa: una giornata di consulenza in azienda.

PER CHI Titolari, direzione commerciale, responsabili vendite

---

4 ore

CON AI

In aula o online

Budget delle vendite con l'AI

Le componenti del budget delle vendite e la lettura dei dati storici; la costruzione del budget con l'AI come acceleratore; il confronto e l'analisi degli scostamenti; i piani d'azione e la sintesi per la direzione.

PER CHI Responsabili commerciali, controllo vendite

16 ore

PERCORSO · CON AI

Quattro mezze giornate; ogni incontro alterna concetti, laboratorio sui propri dati e piano operativo

AI per responsabili commerciali

Percorso in quattro mezze giornate

Budget, offerte, affiancamento dei venditori, riunioni: dove l'AI aiuta davvero chi guida una rete, provato su casi reali.

PER CHI Responsabili commerciali e direttori vendite

---

12 ore

Una giornata e mezza in aula

Dirigere i venditori

Guidare una squadra commerciale nei beni strumentali

Portafoglio clienti, guida e motivazione dei venditori tecnici: strumenti concreti e la testimonianza di un manager del settore.

PER CHI Direttori e responsabili commerciali

Cinque mezze giornate l'anno

CIRCOLO · NOVITÀ 2027

In presenza; da 8 a 12 responsabili commerciali, una persona per azienda

Il Metro delle vendite

Circolo di studio sulla misura della prestazione commerciale

Un luogo stabile e riservato in cui chi dirige una forza vendita si confronta su obiettivi, indicatori e premi, e su come l'AI sta cambiando questi strumenti. Ogni incontro: il caso di un'azienda, un tema di approfondimento, un problema aperto portato da un partecipante.

- Regole di lavoro: durante la discussione dei casi si sospendono giudizio e gerarchia
- Tra gli strumenti, due giochi di immaginazione applicati al modello commerciale: la conferenza stampa del trionfo e il necrologio anticipato
- Ogni incontro si chiude con una restituzione e con un'azione di seguito, affidata a un responsabile

SI PORTA IN AZIENDA Una nota di sintesi dopo ogni incontro e i «Quaderni del Metro», con strumenti riusabili in azienda.

PER CHI Direzione vendite, titolari, controllo vendite, responsabili di canale

---

20 ore

PERCORSO · NOVITÀ 2027

Tre corsi, frequentabili anche singolarmente

Dal dato al premio

Tre corsi in sequenza sulla misura della prestazione commerciale

«Perché il fatturato inganna» porta la diagnosi sui clienti, «L'ultimo miglio dei dati commerciali» insegna a passare dal dato alla richiesta, «Obiettivi di vendita con l'AI» arriva a indicatori e premi.

PER CHI Direzione commerciale, controllo vendite, capi area

03

Prezzi, costi e margini

Dal costo al valore, dallo sconto al margine reale

12 PROPOSTE · 5 NOVITÀ 2027

Smart Pricing base

7,5 ore

Una giornata in aula, oppure due moduli online da 4 ore

Costi, margini e prezzo nella vendita di macchine

Il corso base è per chi applica e difende i prezzi, il livello 2 per chi li decide. Si lavora su un caso guida di fantasia: un costruttore di macchine per il confezionamento che vende macchine singole e linee chiavi in mano. Non è richiesta preparazione contabile. Disponibile anche in versione non settoriale, «Smart Pricing: dalla marginalità al valore», 12 ore in tre lezioni.

- Margine e ricarico: la differenza, e perché confonderli costa
- Quanto costerà la macchina: la preventivazione su distinta base stimata
- La marginalità di commessa, preventivo contro consuntivo
- L'esercizio dell'1% e il cliente che chiede il 5% di sconto
- I cinque modi di fare un prezzo, compreso il più praticato e mai dichiarato

PER CHI Chi applica e difende i prezzi: commerciali e tecnico-commerciali, ufficio preventivi, back office, service

Smart Pricing livello 2

12 ore

PERCORSO

Tre moduli online da 4 ore, acquistabili anche singolarmente

Percorso in tre moduli per chi decide i prezzi

Due esercitazioni lunghe, la cascata del prezzo e il calcolo del ritorno: le due analisi che nelle aziende quasi nessuno fa per intero.

1 · Chi paga quanto — Segmentare i clienti in ottica di prezzo; leggere la dispersione dei margini di commessa; prezzi e concorrenza

2 · Dove finisce il margine — La cascata dal prezzo di offerta al margine reale; valuta, termini di resa e pagamenti; il governo degli sconti; il listino delle opzioni

3 · Quanto vale per il cliente — Il calcolo del ritorno con i numeri del cliente; strutturare l'offerta; il prezzo alla luce del ciclo di vita

PER CHI Direzione commerciale, responsabili di area e di prodotto, ufficio preventivi, controllo di gestione

Pricing per il service

7,5 ore

NOVITÀ 2027

Una giornata in aula, oppure due moduli online da 4 ore

Ricambi, interventi e contratti di assistenza

Il valore per il cliente non è il pezzo, è il tempo di fermo evitato. Ogni voce del service ha una logica di prezzo diversa e va prezzata separatamente, prima di essere eventualmente aggregata.

- Ricambi: politiche di ricarico differenziate per criticità ed esclusività
- Interventi: che cosa si fa pagare e che cosa si include
- Contratti di assistenza a livelli: base, plus, premium
- Difendere il prezzo davanti al cliente che «ha già pagato la macchina»
- Misurare: margine di service, tasso di rinnovo, prezzo realizzato rispetto al listino

PER CHI Responsabili service, assistenza e ricambi, direzione commerciale

8 ore

NOVITÀ 2027

Due sessioni da 4 ore in aula, a 2–3 settimane di distanza; in alternativa giornata unica

Perché il fatturato inganna

Dalla diagnosi al recupero della redditività dei clienti

Una crescita del fatturato può coincidere con un calo del margine. Il corso insegna a valutare i clienti in base al margine netto, a impostare azioni di recupero di cui si è calcolato l'effetto e a riconoscere che, senza un sistema incentivante coerente, l'azione non regge.

Sessione 1 · Diagnosi — Le quattro trappole del fatturato; sconti e volumi; il costo di servire il cliente; la curva cumulata del margine per cliente

Sessione 2 · Cura e condizioni — La curva sui propri clienti, con dati anonimizzati; cinque leve di recupero; il sistema incentivante; laboratorio di recupero; piano d'azione su tre clienti

SI PORTA IN AZIENDA Caso con foglio di calcolo (35 clienti, tre venditori remunerati a fatturato), scheda di recupero del cliente, piano d'azione su tre clienti, dispensa di sintesi.

PER CHI Commerciali e tecnico-commerciali B2B, responsabili vendite, controllo di gestione

---

8 ore

CON AI

Costi e prezzi con AI

Margine di contribuzione ed EBITDA con tecniche di pricing e intelligenza artificiale

L'AI entra come acceleratore per la raccolta di informazioni, l'analisi di scenari e la stesura delle comunicazioni; il ragionamento economico resta di chi decide.

- Distinguere costi fissi e variabili e calcolare il margine di contribuzione
- Calcolare l'effetto sui profitti di una variazione dell'1% dei prezzi
- Riclassificare il conto economico in ottica gestionale
- Analizzare l'effetto del mix di prodotti sulla redditività
- Usare l'AI per informazioni competitive, scenari di prezzo e comunicazioni legate al prezzo

PER CHI Imprenditori, responsabili commerciali, CFO, controller, product manager

---

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Pricing con l'AI

Dal listino statico al prezzo dinamico, per PMI

Che cosa è realistico fare senza software costosi.

- Analizzare lo storico prezzi-volumi e stimare la sensibilità al prezzo
- Seguire i prezzi dei concorrenti con strumenti AI
- Simulare scenari di prezzo e il loro effetto sul margine
- Capire quando il prezzo dinamico ha senso in una PMI, e quando no

PER CHI Pricing e product manager, controller, direzione commerciale

---

8 ore

Due mezze giornate online, massimo 12 partecipanti

Pricing strategico per l'export

Prezzi competitivi e redditizi sui mercati esteri: costi nascosti, rischi valutari, termini di resa, listini per mercato. Lezione e lavoro di progetto su un caso di ingresso in un nuovo paese.

PER CHI Export manager, responsabili commerciali, imprenditori

4 ore

Laboratorio

Comunicare gli aumenti di prezzo

Quando e come annunciare un aumento, a quali clienti e in che ordine, come gestire le reazioni, quali alternative esistono all'aumento secco.

PER CHI Commerciali, responsabili vendite, servizio clienti

---

8 ore

Massimo 12 partecipanti

Oltre il full costing

I pericoli di imputare i costi fissi al prodotto

Una lettura critica del costo pieno: full costing, direct costing e activity based costing a confronto, e che cosa cambia nelle decisioni di prezzo.

PER CHI Controller, responsabili amministrativi, direzione commerciale

---

24–32 ore

PERCORSO

NOVITÀ 2027

Quattro moduli

Dal costing al pricing

Percorso per titolari e direzione

1 · Leggere i margini — Contribuzione, EBITDA, punto di pareggio

2 · Pricing strategico — Il prezzo basato sul valore

3 · Sconti e condizioni — Dove si perde il margine dopo il listino

4 · Cruscotto direzionale — Dagli indicatori alle decisioni

PER CHI Titolari, amministratori delegati, direttori generali, CFO, direttori commerciali

---

Durata su richiesta

PERCORSO

NOVITÀ 2027

Percorso trasversale, componibile

Margine 360°

Quattro funzioni, un solo obiettivo

Margini per commessa, Smart Pricing livello 2, sconti e condizioni, acquisti e costo totale di possesso: un percorso che mette allo stesso tavolo le funzioni che decidono il margine.

PER CHI Direzione, controllo di gestione, commerciale, acquisti

---

16 ore

Vendere assistenza tecnica e ricambi

Costing, pricing e strategie per fidelizzare i clienti

L'assistenza tecnica da centro di costo a centro di profitto: analisi dei costi del servizio, scelta tra fare e comprare, punto di pareggio per le diverse configurazioni, prezzi di ricambi e contratti.

PER CHI Responsabili service, direzione commerciale

04

Marketing e mercato

Concorrenti, segmenti, visibilità, scrittura

11 PROPOSTE · 5 NOVITÀ 2027

8 ore

CON AI

Due mezze giornate online, oppure una giornata in aula

Conoscere i concorrenti per vincere le trattative

Come seguirli con l'AI in 30 minuti a settimana

L'AI permette di raccogliere informazioni sui concorrenti in pochi minuti, ma senza metodo, regole e verifica delle fonti il risultato è rumore o, peggio, informazione sbagliata. Circa il 70% del tempo è esercitazione sui concorrenti reali dei partecipanti.

1 · **Impostare il metodo** — Il confine legale ed etico della raccolta; dalle decisioni alle domande; concorrenti diretti, indiretti, sostitutivi e potenziali; la matrice competitiva

2 · **Mettere in funzione il sistema** — Fonti e strumenti; verifica delle risposte dell'AI; monitoraggio automatico; scheda concorrente per la trattativa; piano d'azione a 90 giorni

SI PORTA IN AZIENDA Quaderno delle esercitazioni, raccolta di richieste pronte per l'AI, modello Excel della matrice competitiva.

PER CHI Responsabili vendite e area manager, commerciali e key account, ufficio vendite, marketing B2B

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Due sessioni online da 4 ore

Farsi trovare dalle AI

Visibilità su ChatGPT, Perplexity e ricerca generativa

Una quota crescente delle ricerche B2B passa dai motori generativi. Il corso ribalta l'approccio di «trovare clienti con l'AI»: non usare l'AI per cercare, ma farsi trovare.

- Spiegare con quali criteri le AI scelgono e citano le fonti
- Verificare come l'azienda appare oggi nelle risposte delle AI
- Produrre contenuti citabili: schede, dati, casi, domande e risposte strutturate
- Costruire un piano d'azione con i relativi indicatori

PER CHI Titolari, responsabili marketing e comunicazione di aziende B2B

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Due lezioni online da 4 ore

Marketing con i dati del CRM

Segmentazione, riattivazione, personalizzazione con AI

Le aziende raccolgono dati ma non li usano per il marketing.

- Estrarre segmenti utili da CRM e gestionale: recenza, frequenza, valore, potenziale, rischio di abbandono
- Impostare campagne di riattivazione dei clienti dormienti
- Costruire sequenze di e-mail B2B e misurarle
- Personalizzare i messaggi con l'AI

PER CHI Responsabili marketing, chi gestisce CRM e dati commerciali

4 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Laboratorio

Casi di successo che vendono

Dal progetto al caso di studio, con AI

Le PMI manifatturiere hanno referenze eccellenti ma non le raccontano. Ogni partecipante esce con un caso completo.

- Struttura del caso B2B: problema, intervento, risultati misurabili
- Intervista al cliente per ottenere numeri e citazioni
- Redazione assistita dall'AI e adattamento a sito, LinkedIn e fiere

PER CHI Marketing, comunicazione, prevendita

---

4 ore

CON AI

Online

Neuro-writing

Le 7 tattiche per entrare nella mente dei clienti scrivendo

Tecniche di scrittura persuasiva fondate su neuroscienze e psicologia, con attenzione ad autenticità ed etica. L'AI entra in modo critico e limitato, come allenamento e affiancamento.

PER CHI Chi scrive ai clienti: commerciali, marketing, servizio clienti

---

24 ore

PERCORSO

NOVITÀ 2027 CON AI

Due tappe da 12 ore, attivabili separatamente: moduli online e giornata conclusiva in aula

Dal mercato al piano di marketing

Percorso in due tappe per costruttori di macchine e impianti

Ogni partecipante lavora sulla propria azienda e chiude presentando un piano di marketing con obiettivi, priorità, budget e indicatori.

Tappa 1 · Capire mercato e cliente — Mercato e concorrenti con i dati e l'AI; il cliente e i segmenti; posizionamento e proposta di valore

Tappa 2 · Decidere prezzo e piano — Dal valore al prezzo; giornata di lavoro sul piano di marketing

PER CHI Product manager, responsabili e addetti marketing, sviluppo commerciale; per la seconda tappa, chi decide mercati, proposta di valore e prezzo

---

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Una giornata in aula, oppure due incontri online da 4 ore

Analisi del target per le aziende alimentari

Clienti e canali, non il consumatore finale: grande distribuzione, discount, dettaglio tradizionale, Horeca e distributori, industria, marca del distributore, export.

- Mappare i canali e leggere fatturato, margine e costo di servizio
- Segmentare con variabili osservabili, di bisogno e di comportamento d'acquisto
- Costruire la matrice dei segmenti e valutare quanto l'azienda è adatta a ciascuno
- Definire le priorità commerciali per segmento

PER CHI Direttori commerciali, key account, area manager; titolari di PMI

---

8 ore

CON AI

Due moduli online da 4 ore

AI per l'analisi di mercato

- Raccogliere evidenze di mercato con più strumenti AI
- Produrre una sintesi di mercato di 4–6 pagine, con fonti e livello di affidabilità
- Costruire tre scenari e ricavarne raccomandazioni

PER CHI Direttori commerciali, export manager, imprenditori

2 ore

CON AI

Modulo introduttivo

Strumenti AI a supporto del marketing

Prima che cosa comunicare, poi come: profilazione del cliente e buyer persona, quindi gli strumenti AI per produrre i contenuti.

PER CHI Uffici comunicazione di PMI

Moduli da 4 ore

PERCORSO

Professione product manager

Percorso modulare

Marketing strategico, pricing e gestione dei margini, rapporto con le altre funzioni: un percorso per chi arriva al ruolo da provenienze diverse.

PER CHI Tecnici, venditori e progettisti che assumono il ruolo di product manager

---

8 ore

Marketing per le fiere

Prima, durante e dopo

- Obiettivi e budget: che cosa misurare davvero
- Campagna pre-fiera: inviti, appuntamenti, LinkedIn
- Gestione dello stand e qualificazione dei contatti
- Ripresa sistematica: dal contatto al primo ordine

PER CHI Marketing e commerciale

05

AI al lavoro

Dall'uso occasionale alla procedura che regge

19 PROPOSTE · 6 NOVITÀ 2027

8 ore

CON AI

Quattro moduli online da 2 ore; un gruppo misto di 8–15 persone della stessa azienda

Introdurre l'AI in azienda · Formula 4×2

Quattro tappe in azienda

Porta l'intera platea aziendale da un uso sporadico a un uso consapevole e sicuro. La riservatezza del dato è trattata come vincolo prioritario, non accessorio.

M1 — Fondamenti dell'AI generativa e basi delle istruzioni

M2 — Il dato prima di tutto: riservatezza e conformità

M3 — Applicazioni operative, in sottogruppi per funzione

M4 — Dall'esperimento all'adozione: regole minime d'uso e primo passo

PER CHI Amministrazione, acquisti, vendite, risorse umane

---

4 ore

CON AI

Intelligenza artificiale in azienda: corso base

Comprendere l'AI e iniziare a usarla

Che cosa l'AI fa bene e che cosa no, quali dati non si inseriscono, come si scrive un'istruzione efficace con i Cinque Pilastri di Cristina Mariani: ruolo, contesto e vincoli, struttura dell'output, esempi e controesempi, criteri di validazione.

PER CHI Tutte le funzioni

---

4 ore, oppure 8 ore in due moduli

NOVITÀ 2027 CON AI

Online, massimo 12 partecipanti

Assistenti AI per il commerciale

Trasformare le attività ripetitive in procedure riutilizzabili

Scrivere una procedura che funziona richiede di provare, osservare dove sbaglia e correggere. Il corso è indipendente dalla piattaforma e non prevede integrazioni con il CRM né automazioni fra sistemi.

- Distinguere istruzione singola, istruzione riutilizzabile, assistente personalizzato e agente
- Scegliere le attività che si prestano: ripetitive, con regole scrivibili
- Scrivere, collaudare e passare a un collega una procedura completa
- Stabilire dove serve il controllo umano

PER CHI Commerciali, tecnico-commerciali e back office che già usano un assistente AI

---

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Due sessioni online da 4 ore

Claude Cowork per la vendita

Visite, follow-up, dati e budget

Otto ore di laboratorio su un caso commerciale completo: l'AI lavora direttamente sulle cartelle dei clienti, sui dati di vendita e sulle trascrizioni delle riunioni.

- Preparare una visita e il relativo follow-up da documenti e trascrizioni, controllando fonti e impegni
- Leggere un estratto delle vendite per zona, categoria e canale
- Impostare un budget delle vendite separando effetto prezzo ed effetto volume
- Installare e adattare procedure pronte per la vendita, nel rispetto delle regole su dati e AI

PER CHI Commerciali, key account, area manager, back office commerciale, responsabili vendite

40 ore

PERCORSO CON AI

Sette moduli: uno comune e sei per funzione

Claude in azienda: percorso avanzato

Un modulo comune di fondamenti avanzati e moduli per funzione, a partire da commerciale e vendite, con lavoro sulle cartelle e sui fogli di calcolo dell'azienda.

PER CHI Tutte le funzioni, con moduli dedicati per area

---

4 ore online, oppure 8 ore in aula

CON AI

AI per le vendite

Il primo passo per chi vende: strumenti disponibili, istruzioni efficaci, casi d'uso lungo il ciclo di vendita.

PER CHI Commerciali

---

4 ore

CON AI

In aula o online; dimostrazioni ed esercitazioni a coppie

Claude per amministrazione e acquisti

Una panoramica operativa

Dove l'AI alleggerisce il lavoro di chi gestisce fornitori, documenti e numeri: confronto tra offerte, lettura di contratti, riconciliazioni, estrazione di dati dai documenti.

PER CHI Uffici amministrativi e acquisti

---

4 ore

CON AI

Claude e Perplexity per amministrazione e finanza

Strumenti avanzati

Due strumenti complementari: uno per ragionare su documenti complessi e redigere testi, l'altro per ricerche normative e fiscali con fonti citate e verificabili.

PER CHI Amministrazione, contabilità, controllo, finanza

---

4 ore

CON AI

Claude e Perplexity per acquisti e uffici tecnici

Strumenti avanzati

Analisi di offerte e capitolati, confronto di specifiche tecniche, richieste di offerta e valutazioni dei fornitori; ricerca sui mercati di fornitura con fonti verificabili.

PER CHI Acquisti, gestione fornitori, uffici tecnici

---

4 ore ciascuno

CON AI

In aula o online, a scelta libera

AI per funzione: dieci corsi da 4 ore

Due corsi per ciascuna funzione, indipendenti tra loro.

- Commerciale: budget delle vendite con AI · ricerca di potenziali clienti con AI
- Acquisti: verifica dei costi dei fornitori con AI · ricerca di fornitori con AI
- Area tecnica: AI e normativa tecnica · AI per la revisione tecnica di commesse
- Amministrazione e finanza: riclassificazione del bilancio e indici · basi del controllo di gestione con AI
- Risorse umane: screening dei CV con AI · selezione del personale con AI

PER CHI Commerciale, acquisti, area tecnica, amministrazione e finanza, risorse umane

4 ore

CON AI

AI per gestire informazioni complesse

Semplificare la documentazione nelle aziende industriali

- Sintetizzare documenti tecnici, rapporti di progetto e comunicazioni complesse
- Estrarre i dati chiave: numeri, requisiti, responsabilità, decisioni
- Costruire basi di conoscenza interne interrogabili in linguaggio naturale

PER CHI Ufficio tecnico, commerciale, service e direzione di aziende di macchine e impianti

---

4 ore

CON AI

Online

Stop alle riunioni inutili

Tecniche e AI per riunioni che servono

Cinque regole per riunioni essenziali: obiettivo, partecipanti, agenda a tempi, conduzione, chiusura con azioni. Con l'AI per agenda, verbale e seguito.

PER CHI Chiunque convochi o conduca riunioni

---

4 ore

CON AI

Gestione del tempo con AI

Risparmiare tempo e dedicarlo a ciò che serve

Individuare le attività che si possono delegare all'AI e integrarla nella routine quotidiana senza perdere il controllo.

PER CHI Tutte le funzioni

---

8 ore

CON AI

Decidere con l'AI

Farsi aiutare dagli assistenti AI per prendere decisioni migliori

- Riconoscere le decisioni aziendali che beneficiano dell'AI
- Strutturare e analizzare problemi decisionali complessi
- Valutare criticamente le risposte, individuando distorsioni e limiti

PER CHI Manager e imprenditori

---

8 ore

CON AI

Due sessioni online da 4 ore

AI e strategia aziendale

L'AI come assistente di chi decide: analisi competitiva, pianificazione, scenari.

PER CHI Amministratori delegati, direttori generali, responsabili commerciali e di produzione di PMI

Durata su richiesta

NOVITÀ 2027 CON AI

Regole d'uso dell'AI in azienda

Riservatezza, policy interna, AI Act

Quali dati si possono inserire e quali no, come si scrive una policy interna, quali obblighi derivano dal regolamento europeo. Gli aspetti giuridici sono affidati a un legale.

PER CHI Direzione, responsabili di funzione, sistemi informativi

Due mezze giornate l'anno

CLUB · NOVITÀ 2027 · CON AI

Online, a numero chiuso, con lavoro in sottogruppi di 4–5 persone

Club degli ex partecipanti AI

Aggiornamento semestrale

Che cosa è cambiato nel semestre, che cosa adottare e che cosa ignorare; laboratorio sui casi reali portati dai partecipanti; impegni a sei mesi, verificati nella giornata successiva.

SI PORTA IN AZIENDA Scheda caso comune, sintesi delle novità, archivio dei casi anonimizzati riservato ai soci.

PER CHI Chi ha già frequentato un corso AI

---

8 ore

NOVITÀ 2027 · CON AI

Il referente AI di funzione

Formare chi accompagna i colleghi

Come si raccolgono i casi d'uso, si scrivono le procedure condivise, si tiene aggiornato il reparto e si riconosce ciò che non va delegato.

PER CHI Le persone che, in ogni reparto, aiutano i colleghi nell'uso dell'AI

---

4 ore

NOVITÀ 2027 · CON AI

Laboratorio

Allenare il giudizio

Valutare le risposte dell'AI

Porre la domanda giusta, riconoscere una risposta sbagliata ma plausibile, verificare le fonti, assumersi la responsabilità della scelta. Un laboratorio su casi costruiti per trarre in inganno.

PER CHI Tutte le funzioni

06

Numeri per decidere

Bilanci, controllo di gestione, cassa

9 PROPOSTE · 3 NOVITÀ 2027

12 ore

Due giornate, in aula e online

Controllo di gestione per non addetti ai lavori

Costi, margini, budget e scostamenti spiegati a chi non viene dall'amministrazione, lungo un unico caso didattico di fantasia.

PER CHI Responsabili di funzione e figure non amministrative

---

12 ore

CON AI

Online, una giornata e mezza

Bilanci senza segreti

Analizzare i bilanci propri, di clienti, fornitori e concorrenti con l'AI

Conto economico, stato patrimoniale e flussi di cassa; confronto con i concorrenti; lettura assistita dall'AI.

PER CHI Amministrativi, commerciali e acquisti che valutano la solidità di clienti e fornitori

---

4 ore

CON AI

Online

Bilanci con AI

Comprendere i numeri senza essere esperti

La terminologia del bilancio tradotta in concetti pratici, i principali indicatori, l'AI per estrarre le informazioni utili e dialogare con l'amministrazione.

PER CHI Commerciali e account, amministrativi all'inizio del percorso, ruoli operativi

---

8 ore

CON AI

Due sessioni online da 4 ore

Analisi dei costi con AI

Riclassificazione del conto economico, margini per prodotto, cliente e linea, punto di pareggio e analisi «che cosa succede se». L'AI come acceleratore, con i suoi limiti dichiarati.

PER CHI Controller, amministrazione, responsabili di funzione

---

8 ore

NOVITÀ 2027

Margini per commessa e per cliente

Scoprire dove si guadagna davvero

- Dal costo pieno al margine di contribuzione per commessa e per cliente
- Costi nascosti: piccoli ordini, urgenze, personalizzazioni, resi
- Matrice clienti: volume, margine, assorbimento di risorse
- Azioni conseguenti: nuovi prezzi, minimi d'ordine, dismissioni

PER CHI Controller, CFO, direzione commerciale

---

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Il controller aumentato

Agenti AI per il controllo di gestione

Dalla singola analisi al flusso che si ripete ogni mese.

- Automatizzare il rapporto mensile, dal gestionale al commento
- Segnalazioni su scostamenti e indicatori fuori soglia
- Costruire un assistente del controller con strumenti accessibili
- Qualità del dato e controllo degli errori dell'AI

PER CHI CFO, controller, analisti

12 ore

PERCORSO

NOVITÀ 2027 CON AI

Tre mezze giornate a calendario fisso, tra settembre e ottobre

Budget in quattro settimane

Percorso intensivo d'autunno

Accompagna le aziende nella costruzione del budget dell'anno successivo, sui propri dati.

Settimana 1 — Budget delle vendite, con metodo centrato sul cliente e AI

Settimana 2 — Budget dei costi e degli investimenti

Settimana 3 — Budget di cassa e scenari

Restituzione — Ogni azienda esce con la bozza del proprio budget

PER CHI Direzione, amministrazione, commerciale

---

8 ore

Quanti soldi servono?

Budget delle vendite e flussi di cassa per prevedere i fabbisogni finanziari

La differenza tra utile e cassa, il capitale circolante, la previsione della liquidità con strumenti pratici.

PER CHI Amministrazione, titolari

---

4 ore

CON AI

Online, con dimostrazioni dal vivo

AI per amministrazione e controllo di gestione

Fatture complesse, previsioni di cassa, note spese estere, analisi di bilancio, budget: casi tipici dell'ufficio svolti dal vivo.

PER CHI Amministrazione e controllo di gestione

07

Acquisti e pianificazione

Fornitori, costi, scorte, previsioni

10 PROPOSTE · 6 NOVITÀ 2027

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

AI per il buyer

Analisi delle offerte, valutazione dei fornitori, preparazione della trattativa

- Confrontare offerte e capitolati in tempi rapidi
- Costruire e mantenere il punteggio dei fornitori
- Preparare la trattativa d'acquisto con una controparte simulata
- Seguire mercati di fornitura e indici di costo

PER CHI Buyer e responsabili acquisti

---

8 ore

CON AI

Should cost analysis con AI

Determinare quanto dovrebbe costare un prodotto o un servizio scomponendone i costi di materia e di lavorazione. Per negoziare con più forza e decidere con più informazioni.

PER CHI Buyer e responsabili acquisti

Durata su richiesta

CON AI

Vendor rating con AI

Valutazione di capacità e affidabilità del fornitore, procedure di qualificazione, gestione della non qualità, tecniche di punteggio. Con l'AI per personalizzare le liste di controllo.

PER CHI Acquisti e qualità

---

4 ore

CON AI

Online

AI contrattuale base

Gestire i contratti di fornitura con l'AI

- Seguire le scadenze contrattuali
- Analizzare le clausole critiche
- Impostare una valutazione del rischio del fornitore

PER CHI Uffici acquisti, amministrativi e uffici legali di PMI

---

8 ore

NOVITÀ 2027

Due sessioni online da 4 ore

Acquistare servizi e lavorazioni esterne

Il lato debole degli acquisti nelle PMI

- Specificare bene il servizio: capitolati e livelli di servizio per non esperti
- Confrontare offerte non omogenee e negoziare
- Contratti: durate, penali, revisione dei prezzi
- Misurare la prestazione del fornitore di servizi

PER CHI Acquisti, responsabili di funzione che comprano servizi

8 ore

NOVITÀ 2027

Acquisti nel nuovo (dis)ordine globale

Dazi, rilocalizzazione, doppia fonte

- Mappare l'esposizione: paesi, dazi, fornitori unici critici
- Strategie: doppia fonte, fornitori vicini, scorte strategiche
- Rinegoziare in contesti di inflazione e di dazio
- Il costo totale di possesso aggiornato al rischio geopolitico

PER CHI Direzione acquisti, buyer

---

8 ore

CON AI

Due sessioni online da 4 ore

S&OP pratico per PMI

Pianificare con dati imperfetti

Come far funzionare la pianificazione integrata quando i dati sono incompleti, il gestionale è limitato e il commerciale non fa previsioni.

- La riunione mensile che funziona davvero
- Previsioni con pochi dati: tecniche semplici e supporto dell'AI
- Gestire il conflitto tra commerciale e produzione sui numeri
- Un foglio di calcolo ben fatto prima del software

PER CHI Pianificazione, produzione, commerciale, direzione

---

8 ore

NOVITÀ 2027

Il magazzino che finanzia l'azienda

Scorte, cassa e capitale circolante

- Quanto costa davvero il magazzino: capitale, spazio, obsolescenza
- Ridurre le scorte senza ridurre il servizio
- Articoli a lenta rotazione e obsoleti: prevenzione e smaltimento
- Il magazzino nel dialogo con CFO e banche

PER CHI Logistica e pianificazione, controller, direzione

---

8 ore

NOVITÀ 2027

Supply chain resiliente

Gestire il rischio di fornitura come processo

- Mappare la filiera oltre il primo livello
- Indicatori di allerta precoce
- Piani di continuità realistici per una PMI
- Scorte strategiche e costo del capitale

PER CHI Responsabili supply chain, operations, acquisti

---

4 ore

NOVITÀ 2027

La previsione di vendita che serve alla produzione

Demand planning per chi vende

Perché la previsione dei venditori non coincide con quella che serve a chi produce, come si misura l'errore di previsione e come si costruisce una previsione condivisa.

PER CHI Commerciali, responsabili vendite, pianificazione

08

Organizzazione e persone

Competenze, ruoli, premi

9 PROPOSTE · 2 NOVITÀ 2027

Durata su progetto

PERCORSO

Incontri in azienda; inseribile in un piano finanziato

Competenze, valutazione e sistema premiante

Percorso in azienda

Mappatura delle competenze, sistema di valutazione e sistema premiante costruiti con i responsabili dell'azienda, incontro dopo incontro. Nato come percorso finanziato per un'impresa alimentare.

PER CHI Direzione, risorse umane, responsabili di funzione

---

8 ore

NOVITÀ 2027 CON AI

Ridisegnare i ruoli nell'era dell'AI

Disegno delle mansioni e piani di riqualificazione

- Mappare le attività esposte all'automazione, ruolo per ruolo
- Ridisegnare i ruoli: che cosa togliere, che cosa aggiungere
- Piani di riqualificazione: priorità, formati, misurazione
- Comunicare il cambiamento senza generare paura

PER CHI Direzione e risorse umane

---

4 + 4 ore

CON AI

Due corsi da 4 ore

Selezione del personale con AI

Screening dei CV e colloqui

Descrizione della posizione, istruzioni di screening e scheda di valutazione, preparazione del colloquio. Dove si annidano le distorsioni e come mitigarle: il giudizio resta umano.

PER CHI Risorse umane

---

16 ore

Attrarre e trattenere i talenti

Attrazione, modelli di lavoro ibridi, coinvolgimento: strumenti calati sulla realtà delle piccole e medie imprese.

PER CHI Risorse umane, direzione

---

4 ore

Motivare i collaboratori

Strumenti pratici per chi guida un gruppo

Tecniche concrete per motivare persone diverse, e modi per misurare e seguire la motivazione del gruppo.

PER CHI Responsabili e capi intermedi

---

8 ore

NOVITÀ 2027

Cinque generazioni in produzione e in ufficio

- Che cosa chiede ogni generazione al lavoro
- Passaggio delle competenze tecniche: affiancamento e tutoraggio inverso
- Stili di riscontro e di comunicazione differenziati
- Casi: turni, lavoro agile, regole condivise

PER CHI Responsabili, capi reparto, risorse umane

4 o 8 ore

LABORATORIO

Laboratorio in aula; tavoli da 2–3 persone di funzioni diverse

Imagination Game

Visione e vulnerabilità: due giochi per ripensare il modello di business

Un laboratorio di pensiero strategico costruito sugli Imagination Games elaborati da BCG e raccolti in «The Imagination Machine» di Martin Reeves e Jack Fuller. Qui il gioco non è un passatempo: serve a mettere in discussione ciò che l'azienda dà per scontato, prima che lo faccia il mercato. I due giochi sono speculari, perché le azioni per vincere e quelle per non morire raramente coincidono.

Cornice — L'immaginazione precede l'innovazione e si può coltivare con metodo. Tre regole: pensare è gratis, si sospende il giudizio, si sospende la gerarchia

Gioco 1 · La conferenza stampa del trionfo — Ci si proietta a cinque anni, a trasformazione riuscita, e si risale al presente: quali modelli mentali abbandonare, quali azioni avviare subito. Casi Starbucks e Hilti

Gioco 2 · Il necrologio anticipato — L'azienda è fallita per una vulnerabilità che oggi si sottovaluta: si ricostruisce come è successo e si ricavano le azioni preventive. Casi Kodak e BlackBerry

Sintesi — Dove le due agende divergono, e come portare il metodo in azienda: gruppi eterogenei, tempo protetto per la restituzione, un'azione di seguito per ciascun gioco

SI PORTA IN AZIENDA Due testi-modello compilati sul proprio caso, un'agenda «per riuscire» e una «per non morire», un metodo replicabile con il proprio gruppo. Già condotto in un Executive MBA.

PER CHI Imprenditori, gruppi di direzione, responsabili di funzione, partecipanti a percorsi executive

---

Incontro o intervento da relatrice

INTERVENTO CON AI

Quando sapere non basta più

Che cosa devono saper fare meglio persone e imprese, ora che le risposte le dà una macchina

L'AI non sostituisce le competenze: le mette a nudo. Il valore si sposta dal possesso della conoscenza alla capacità di giudizio, le capacità relazionali pesano di più, l'apprendimento cambia natura.

PER CHI Imprenditori, direttori, responsabili di funzione, chi si occupa di sviluppo delle persone

---

Su progetto

AFFIANCAMENTO

Incontri individuali

Affiancamento individuale ai manager

Incontri individuali su obiettivi concordati con l'azienda. Si lavora con domande aperte e, quando serve allargare lo sguardo, con due esercizi di proiezione a cinque anni presi dagli Imagination Games: la visione di successo, da cui si risale alle scelte di oggi, e la vulnerabilità che si preferisce non guardare. Ogni incontro si chiude con un'azione sola, concreta, con un nome e una data.

PER CHI Chi ha responsabilità commerciali o di funzione

09

Commercio, ristorazione e servizi

Gli stessi metodi, su scala di negozio e di locale

11 PROPOSTE

8 ore

Due mezze giornate

Il prezzo giusto

Quanto far pagare senza perdere clienti

- Dal costo al prezzo: il ricarico che serve davvero per coprire tutti i costi
- Quanto vale per il cliente: prezzi basati sul valore percepito
- Psicologia del prezzo nel punto vendita e nel menu
- Esercitazione sui listini dei partecipanti

PER CHI Titolari di negozi, ristoranti, bar, attività di servizi, artigiani con vendita al pubblico

---

4 ore

Laboratorio

Comunicare gli aumenti di prezzo senza perdere i clienti

Quando e come annunciare un aumento, a chi aumentare e in che ordine, frasi pronte per le obiezioni più frequenti, alternative all'aumento secco.

PER CHI Titolari e responsabili di attività commerciali e di servizi

---

8 ore

CON AI

Due mezze giornate

Menu engineering e prezzi della ristorazione

- Costo del piatto e della bevanda: calcolarli, anche con l'AI
- La matrice del menu: quali piatti rendono e quali no
- Costruzione grafica del menu che orienta le scelte
- Promozioni, formule e consegna a domicilio: quando convengono

PER CHI Ristoratori, baristi, pasticceri, gestori di pubblici esercizi

---

8 ore

Sconti, promozioni e fidelizzazione

Difendere il margine

Quanto costa davvero uno sconto, come pianificare il calendario promozionale, come usare i dati che il negozio ha già.

PER CHI Commercianti, responsabili di punto vendita, piccoli negozi online

---

8 ore

Due mezze giornate

I numeri del mio negozio

Capire dove si guadagna

Il conto economico del punto vendita spiegato in modo semplice, i sette numeri da guardare ogni mese, il margine per reparto, per servizio e per fascia oraria.

PER CHI Titolari di attività commerciali, pubblici esercizi e imprese di servizi senza formazione economica

---

8 ore

La cassa prima di tutto

Prevedere entrate e uscite

Perché si può chiudere guadagnando: cassa e utile non coincidono. Il calendario di cassa e i mesi difficili, previsti in anticipo.

PER CHI Titolari e responsabili amministrativi di micro e piccole imprese

4 ore

Quanto vale la mia attività?

Prepararsi a cessione e passaggio generazionale

Che cosa rende vendibile un'attività, le basi della valutazione, come preparare il passaggio.

PER CHI Titolari, famiglie con ricambio in vista, chi vuole rilevare un'attività

---

8 ore

CON AI

Farsi trovare (e consigliare) dalle AI

La nuova visibilità locale

I clienti chiedono sempre più spesso alle AI dove mangiare o dove comprare. Come le AI scelgono chi consigliare, che cosa dicono oggi dell'attività, un piano d'azione in 90 giorni.

PER CHI Commercianti, ristoratori, attività di servizi con clientela locale

---

8 ore

CON AI

Due mezze giornate

L'AI come collaboratore in più

Per chi fa tutto da solo

Rispondere a e-mail, recensioni e preventivi; preparare documenti, volantini e schede prodotto; organizzare scadenze e fornitori.

PER CHI Titolari e collaboratori di micro imprese

---

8 ore

Vendere ai clienti aziendali

Il B2B per il piccolo fornitore

Trovare e qualificare clienti aziendali sul territorio, scrivere il preventivo, seguire la trattativa, farsi pagare.

PER CHI Imprese di servizi, forniture per la ristorazione, artigiani che vendono ad aziende

---

8 ore

Trattare con i fornitori

Acquisti consapevoli per il piccolo imprenditore

Preparare la trattativa con il fornitore: dati, alternative, momento giusto.

PER CHI Titolari e responsabili acquisti di piccole attività

I formati

Oltre al corso in aula o online: i modi in cui il lavoro prosegue dopo la lezione.

Clinic dopo il corso

Sessanta minuti online, tre o quattro settimane dopo l'aula. I partecipanti inviano in anticipo un caso reale, la docente ne lavora alcuni dal vivo. Il valore sta anche nella scadenza che crea: sapere che c'è un appuntamento spinge a provare qualcosa nel frattempo.

Corso + sportello

Ai corsi applicativi su prezzi, margini e budget si aggiunge un'ora di confronto individuale a distanza, per portare il metodo sui numeri della propria azienda.

Club e circolo

Per chi ha già frequentato: il Club degli ex partecipanti AI, due mezze giornate l'anno, e Il Metro delle vendite, cinque incontri l'anno tra responsabili commerciali.

Percorsi su misura in azienda

Ogni corso del catalogo può diventare il modulo di un percorso costruito sui prodotti, sui clienti e sui dati dell'azienda. Gli esempi della docente sono rappresentativi del settore; le esercitazioni si fanno sui casi reali dei partecipanti.

Piani finanziati

I percorsi possono essere inseriti in piani formativi finanziati dai fondi interprofessionali, attraverso gli enti di formazione.

Interventi da relatrice e incontri di presentazione

Interventi a convegni ed eventi associativi, e incontri brevi di un'ora per presentare i temi nuovi del catalogo.

Docenti

Cristina Mariani è consulente e docente, fondatrice di Alinea Training & Consulting. Laureata all'Università Bocconi, insegna in LIUC Business School e all'Università Cattolica ed è autrice di dieci libri per Franco Angeli. Da vent'anni affianca imprese industriali ed enti di formazione su vendite, prezzi e margini, controllo di gestione, acquisti e pianificazione; oggi anche sull'uso dell'AI in queste funzioni.



Cristina Mariani conduce i corsi di vendita, marketing, prezzi, controllo di gestione e AI. Per acquisti, risorse umane e supply chain la docenza è affidata a colleghi docenti della rete Alinea, ciascuno specialista della propria area.

ALCUNI LIBRI DI CRISTINA MARIANI, EDITI DA FRANCOANGELI

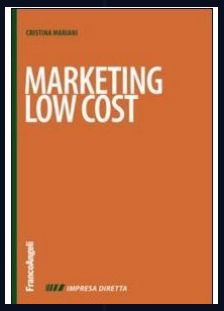












Alinea sas di Cristina Mariani & c.
via Beccaria 4, 20842 Besana in Brianza (MB)
Telefono 320 6162724 · cristina@alinea-consulting.it
www.alinea-consulting.it

ALINEA
training & consulting

Durate e formati sono indicativi. Gli esempi usati in aula sono casi didattici; i dati dei partecipanti restano riservati.