



**Confservizi**

presenta

# **Executive Master** sulle strategie e strumenti avanzati di marketing e vendita per l'azienda multiutility

In collaborazione con

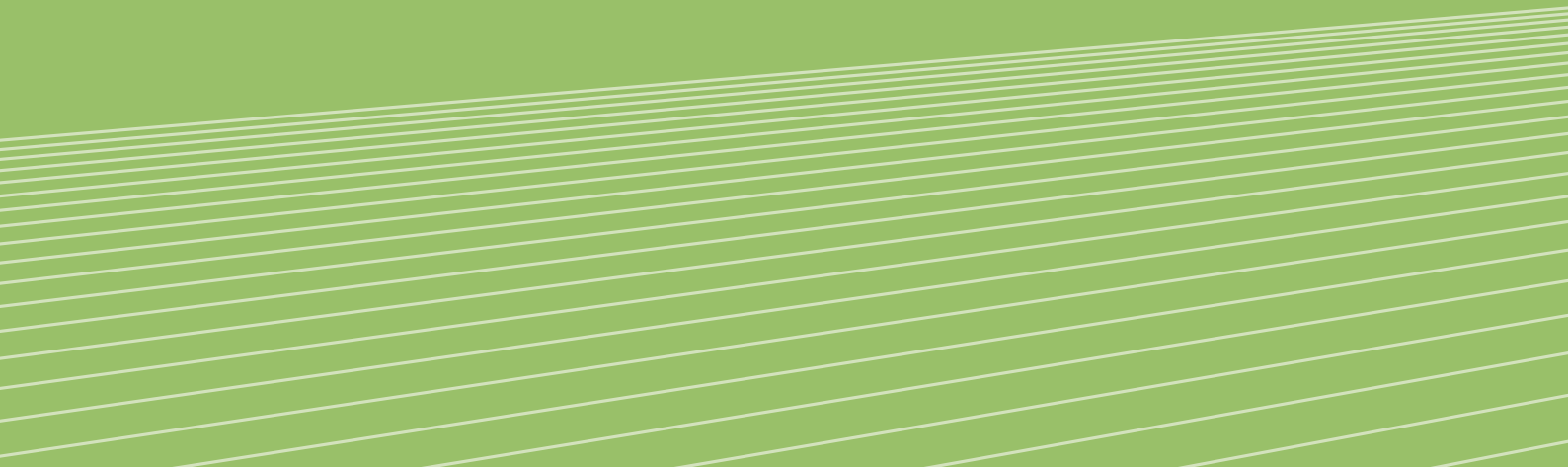
e



**CISPEL Services**



**ClickUtility**



# Un percorso di formazione sulle strategie e sugli strumenti di marketing e vendita per lo sviluppo competitivo delle aziende di servizi pubblici locali

L'avvio del processo di liberalizzazione del settore dei servizi pubblici a rilevanza industriale sta modificando profondamente le strategie e gli assetti organizzativi delle strutture che presidiano i processi di marketing e commerciali.

L'acquisizione, gestione e soprattutto la valorizzazione e fidelizzazione del cliente, in questo nuovo scenario di mercato, stanno diventando una delle priorità assolute per le aziende di servizi pubblici locali.

Contemporaneamente anche sul fronte dell'innovazione tecnologica stanno emergendo alcune opportunità che possono aiutare il percorso di riorientamento dei processi aziendali.

Per le figure manageriali e i professionali delle aziende multiutility e per gli amministratori e funzionari della pubblica amministrazione si rende necessario quindi, oggi più che mai, acquisire le conoscenze specifiche e gli strumenti funzionali a governare con successo l'adozione e lo sviluppo di strategie e **strumenti avanzati di marketing e vendita.**

Confservizi, con la collaborazione di Cispel Services e di Clickutility, intende fornire un **supporto qualificato e sistematico** a sostegno dei processi di innovazione tecnologica e organizzativa e per questo ha messo a punto un **percorso formativo** destinato alle figure professionali che operano in:

- Aziende multiutility
- Enti Locali e Regioni

## Finalità e caratteristiche di base dell'executive master

L'Executive Master propone un percorso di crescita professionale che condurrà i partecipanti a:

- individuare **le esigenze delle proprie aziende o enti** attraverso l'analisi critica e comparata del contesto di riferimento in cui si opera
- conoscere e acquisire capacità di lettura e interpretazione del contesto ambientale in cui operano le aziende di servizi pubblici;
- acquisire capacità per definire e adottare le strategie di marketing più efficaci per condurre il proprio business;
- acquisire conoscenze e abilità per progettare, implementare e gestire la propria rete di vendita;
- sviluppare la cultura della vendita B2C e B2B acquisendo capacità di utilizzo degli strumenti avanzati di vendita

- analizzare dei **case study di successo** su progetti realizzati o in corso di realizzazione

Nell'ambito del percorso formativo, verrà inoltre attivato un confronto continuo riguardo:

- **le esperienze più innovative** sul panorama internazionale presenti all'interno dei settori dell'energia, acqua e servizi ambientali;
- **l'evoluzione delle strategie e strumenti di marketing** anche in altri **settori industriali più maturi** dove è presente una dinamica competitiva più consolidata.

## Struttura del percorso formativo

Il percorso formativo sarà articolato in incontri mensili della durata di **2 giorni** per un totale complessivo di **10 giornate.**

## Sede del master

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna - Via Innocenzo Malvasia 6



# 1. ARTICOLAZIONE DEI SINGOLI MODULI FORMATIVI

## MODULO 1: Evoluzione del contesto competitivo

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna  
15 Marzo 2007 - ore 9.30 -17.00 - Sala 2

Quadro di riferimento del contesto competitivo e delle principali aggregazioni, alleanze che si sono realizzate negli ultimi anni.

Possibili opzioni e strategie di sviluppo dell'azienda multiutility:

- Crescita organica
- Crescita per linee esterne (es. aggregazione, alleanze, costituzione di nuove società commerciali)
- Nuovi servizi e aree di sviluppo delle utilities

## MODULO 2: Strategie di sviluppo dell'azienda multiutility

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna  
16 Marzo 2007 - ore 9.30 – 17.00 - Sala 5 (ex consiglio regionale)

- L'impatto della Legge Delega (152/06 e s.m.i.) nel comparto rifiuti e idrico;
- L'evoluzione della normativa nel trading e distribuzione gas ed energia elettrica;
- I principi di regolazione dei mercati delle mutliutiliy italiane a confronto con le principali realtà europee.

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- Esercitazioni pratiche mediante lavoro di gruppo sui sistemi di regolazione.

## MODULO 3: Fare marketing nelle aziende multiutility Le capacità strategiche per competere

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna  
12 Aprile 2007 - Ore 9.30 – 17.00 - Sala 2

- Ruolo del marketing
- Il marketing strategico
- Il processo di marketing strategico
- Le capacità strategiche per competere: aree strategiche dove competere, ruolo del management, partnership strategiche e la comunicazione d'impresa.

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- esercitazioni pratiche mediante lavoro di gruppo per la definizione di Piani di marketing.



## MODULO 4: Come proteggere il proprio parco clienti e acquisire nuove aree di business

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

13 Aprile 2007 - Ore 9.30 – 17.00 - Sala 2

- Il marketing relazionale
- l'organizzazione per proteggere il parco clienti attuali
- New business e l'organizzazione interna per la sua gestione

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- esercitazioni pratiche mediante lavoro di gruppo per la definizione di strategie di protezione del parco clienti e per l'acquisizione di nuovi .

## MODULO 5: Comunicazione pubblicitaria e relazioni pubbliche nei mercati energy e negli altri settori di pubblico servizio

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

10 Maggio 2007

- Strumenti tradizionali e innovativi delle Public Relations (es. Media relations, campagne pubblicitarie, politiche di lobby, sponsorizzazioni, organizzazione di eventi)
- Come si sviluppa un piano di comunicazione/R.P in un'azienda che opera nei mercati domestici dei servizi pubblici locali La scelta e la segmentazione dei mezzi e dei messaggi comunicativi
- La progettazione e gestione di una campagna di comunicazione a carattere difensivo e per lo sviluppo su nuovi mercati e territori: analisi di alcuni case history provenienti da multiutility italiane
- Comunicazione esterna e comunicazione interna

## MODULO 6: L'offerta di servizi nelle aziende multiutility e politiche di pricing e di offerta

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

11 Maggio 2007

- Il pricing nel mercato regolato dei servizi idrici: l'isoricavo e la leva dell'articolazione tariffaria;
- Bilancio Ambientale come strumento di qualificazione delle componenti di costo della tariffa nei settori energetici;
- La Legge Delega (152/06 e s.m.i.) e le possibili modifiche dei sistemi tariffari nel ciclo rifiuti e idrico.

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- esercitazioni pratiche mediante lavoro di gruppo sui sistemi tariffari



CISPEL Services



## MODULO 7: Come progettare e migliorare i servizi utilizzando sistemi innovativi di CRM

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

7 Giugno 2007

- L'integrazione dei canali di ascolto e relazione con il cliente dei servizi pubblici locali
- L'organizzazione e gestione degli sportelli fisici
- Call center
- Il CRM per gestire efficacemente il rapporto con i clienti ed aumentare la fidelizzazione
- Evoluzione tecnologica e nuovi canali (es. internet, digitale terrestre, reti di terminali multiapplicazione)

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- esercitazioni pratiche mediante lavoro di gruppo per la predisposizione di un piano di analisi, progettazione e sviluppo di un Sistema CRM.

## MODULO 8: Strategie e azioni di loyalty per la fidelizzazione dei clienti

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

8 Giugno 2007

- La progettazione di nuovi servizi
- La progettazione del marketing mix sulla base dell'ascolto del cliente.
- Strumenti e tecniche di progettazione dei servizi
- L'offerta di servizi come valore aggiunto - azioni per la creazione della Loyalty

## MODULO 9: La creazione e lo sviluppo della rete commerciale nel settore dei pubblici servizi

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

3 Luglio 2007

- Il responsabile commerciale
- Il processo di vendita
- Organizzare il lavoro di vendita nel mercato B2B e B2C
- Guidare il personale di vendita

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- esercitazioni pratiche mediante lavoro di gruppo per la predisposizione definizione del processo commerciale e di vendita.



CISPEL Services



## MODULO 10: La vendita nel mercato del business

Bologna - Presso Confservizi Emilia Romagna

4 Luglio 2007

- Cosa significa vendere e cosa significa essere venditori
- Il processo di vendita nel mercato delle utilities
- La comunicazione per vendere ai clienti Business
- La gestione del cliente "post-vendita"
- Guidare il personale di vendita

### Modalità di intervento

La metodologia adottata è fortemente interattiva e applicativa. Lo stile di docenza è partecipativo e prevede:

- Studi di caso;
- Effettuazione di simulazioni di vendita nel contesto B2B.

## Quote d'iscrizione e riferimenti

- La quota di partecipazione per una persona ad **una singola giornata di formazione** è di **600 euro + IVA**.
- La quota di iscrizione per **una persona all'intero programma del Master** (10 giornate di formazione) è di **4000 euro + IVA**.
- La quota di iscrizione per **due persone all'intero programma** del Master (20 giornate di formazione) è di **7000 euro + IVA**

È possibile iscriversi al programma del Master segnalando di volta in volta i nominativi dei partecipanti al singolo modulo.

### Per informazioni o iscrizioni

contattare la segreteria scientifica dell'Executive Master:

**Dr. Sergio Bianchi** - Cispel Services - 06/47865237 - E-mail: bianchi@cispelservices.it

**Dr.ssa Carolina Vastola** - ClickUtility - 051/2960894 (Int. 4) Fax 051/220997 - E-mail: c.vastola@clickutility.it



CISPel Services



# SCHEDA DI ISCRIZIONE EXECUTIVE MASTER SULLE STRATEGIE E STRUMENTI AVANZATI DI MARKETING E VENDITA PER L'AZIENDA MULTIUTILITY

Inviare la scheda, compilata in ogni sua parte e copia del bonifico, via fax a:

## Segreteria Organizzativa - CISPEL Services s.c.r.l -

Fax 06.478 65 243 - tel. 06 478 65 237

Via Cavour 179/a – 00184 Roma - email: bianchi@cispelservices.it

P.I. e C.F. 05488811000

### 1.1. DATI ISCRIZIONE

|              |      |         |       |      |
|--------------|------|---------|-------|------|
| Cognome      | Nome |         |       |      |
| Ente/Società |      |         |       |      |
| Funzione     |      |         |       |      |
| Indirizzo    |      | Cap     | Città | Prov |
| Tel.         | fax  | e-mail: |       |      |

### 1.2 SEDE:

Confservizi Emilia Romagna, Via Malvasia 6, 40127 Bologna

### 1.3. QUOTE DI ISCRIZIONE (IVA INCLUSA)

Quota iscrizione all'intero programma del Master: 4.000 euro + IVA - Quota di iscrizione per due persone all'intero programma del Master: 7.000 euro + IVA - Quota di iscrizione alla singola giornata di formazione 600 euro + IVA

### 1.4 MODALITA' DI ISCRIZIONE

Desidero iscrivermi o sottoscrivere per i dipendenti della mia azienda:

- Programma formativo completo del master "Strategie e strumenti avanzati di marketing e vendita per l'azienda multiutility" (10 moduli)  
 Moduli N° \_\_\_\_\_ del master "Strategie e strumenti avanzati di marketing e vendita per l'azienda multiutility"

### 1.5 MODALITÀ DI PAGAMENTO

La fattura dovrà essere intestata a:

Ragione Sociale o Cognome e Nome \_\_\_\_\_

Partita I.V.A. o Codice Fiscale \_\_\_\_\_

Indirizzo \_\_\_\_\_ Cap \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Prov \_\_\_\_\_

Bonifico bancario intestato a:

#### CISPEL Services s.c.r.l.

Banca Toscana – Filiale di Roma AG Sede - 132

ABI 03400 CAB 03216 N.CONTO 000000125896

Indicare tassativamente nella causale: **Master Strategie e strumenti avanzati di marketing**

La rinuncia alla partecipazione al Master dà diritto alla restituzione del 70% della quota eventualmente già versata a condizione che la comunicazione scritta pervenga a CISPEL Services al n. di fax 06 478 65 243 con preavviso di almeno 7 giorni dalla data del Master. Dopo tale data nessun rimborso verrà effettuato.

La informiamo che i dati da Lei forniti verranno inseriti e trattati, ai sensi del D.lgs 196/03, con la massima riservatezza, al solo scopo di attivare la procedura di iscrizione al Master. In ogni momento lei potrà richiedere la verifica o la cancellazione dei suoi dati personali.

Desidero ricevere la Newsletter di CISPEL Services per essere informato sulle nuove iniziative ed attività formative.

Data \_\_\_\_\_

Firma e timbro \_\_\_\_\_



CISPEL Services

