



MARCO GALLERI e BIAGIO FABRIZIO CARILLO
Teoria e pratica d'azienda

CONOSCERE, INVESTIGARE E IMPARARE DALLA CONCORRENZA

Metodi e strumenti pratici per migliorare la competizione commerciale



IN BREVE. La competizione commerciale è l'elemento strategico principale per le aziende che non hanno posizioni privilegiate e riguarda prevalentemente le Piccole e Medie Imprese. Non sempre si dà la necessaria importanza all'analisi della concorrenza, raramente s'intraprendono investigazioni approfondite, quasi mai si copia dai migliori. E' agevole dimostrare che gli investimenti - in tempo e denaro - diretti a conoscere a fondo i competitori danno notevoli ritorni economici già nel breve periodo.

DESTINATARI. Imprenditori e responsabili commerciali di qualunque settore.

FINALITA'. Fornire le basi teoriche, i metodi e gli strumenti pratici per migliorare il potenziale competitivo della propria organizzazione e gestire le relazioni con i concorrenti.

METODOLOGIE. Questo corso in codocenza prevede una prima giornata d'inquadramento, che presenta i principali metodi operativi d'immediata applicazione in azienda, tenuta da uno dei migliori consulenti di direzione italiani e una seconda giornata a cura di un consulente investigativo con una lunga carriera come criminologo, esperto di tecniche d'indagine nell'Arma di Carabinieri.

L'integrazione tra le due prospettive favorisce un'originale visione d'insieme veramente efficace per conoscere, investigare e imparare dalla concorrenza.

Il percorso formativo prevede un questionario informativo preliminare, uno valutativo al termine di ogni incontro, tre test, un gioco d'azienda, molti esempi pratici, simulazioni, esercitazioni e diversi momenti di confronto tra i partecipanti. La documentazione di approfondimento è resa disponibile su un sito web che contiene tutte le diapositive proiettate e molti materiali integrativi. Agli interessati è inviato un aggiornamento mensile.

Prima giornata: Marco Galleri
GENERALITA' E METODI OPERATIVI

- Premessa: etica e strategia.
- Come funziona il "libero mercato".
- La regola del 3 e del 4.
- I mercati di nicchia: vantaggi e criticità.
- Gioco: cosa succederebbe se ...
- Strategie, conflitti e vantaggi competitivi.
- Test d'intelligenza strategica.
- Competizione internazionale e innovazione.
- Test sul potenziale innovativo dell'azienda.
- Chi è il concorrente: ambiente e competizione.
- Conoscere e classificare i concorrenti.
- Esercitazione.
- Metodi d'indagine commerciale.
- Determinare le priorità e valutare le collaborazioni con i concorrenti.
- Benchmarking: copiare dai migliori.
- Tre tipi di "quinte colonne".

Seconda giornata: Biagio Fabrizio Carillo
TECNICHE AVANZATE

- Il percorso per conoscersi meglio ai fini commerciali: apprendere dagli insuccessi.
- Esempi tratti dall'esperienza e tecniche di verifica.
- Alzare qualitativamente la nostra capacità professionale ai fini di migliori risultati.
- Tecnica per migliorare le nostre prestazioni lavorative e investigare il successo.
- Modelli esperienziali di crescita.
- Riconoscere i migliori e copiare con intelligenza da loro.
- Verifica sui punti con test di apprendimento.
- Come non avere paura del cambiamento professionale.
- Parlare bene della concorrenza: essere alternativi e non sostitutivi.
- Tecniche pratiche, esempi e simulazioni mirate.

DOCENTI



BIAGIO FABRIZIO CARILLO. Consulente strategico e investigativo. Laureato in Giurisprudenza e in Scienze Strategiche. Già Colonnello dei Carabinieri, Docente di Master universitari in Criminologia Forense e Tecniche d'Indagine. Autore di numerose pubblicazioni e articoli scientifici. Il suo ultimo libro è *Sulla scena del crimine. I segreti dell'indagine* (2019). Su Amazon la bibliografia completa.



MARCO GALLERI. Consulente di direzione. Formato nelle multinazionali ha ricoperto due incarichi di dirigente industriale e poi di AD. Dal 2000 ha svolto una ventina d'incarichi di consulenza strategica, tenuto 190 corsi di alta formazione, pubblicato sei libri sul management. È nell'elenco degli *Innovation Manager* del Ministero dello Sviluppo Economico. Su Amazon la bibliografia completa.