



**CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA**

**INCONTRO**

## **COMPETERE NEI MERCATI RECESSIVI**

*IN PARTNERSHIP CON SIT – SPORTELLO IMPRESA IN TRASFORMAZIONE*

**MONZA**

**27 APRILE**

**ORE 17.00 – 19.00**

**RELATORE: DOTT. ALBERTO GIMARI**

### **Obiettivi**

L'incontro si propone di aiutare le imprese ad adattare la loro strategia commerciale alla specificità dei mercati che non si espandono più, anzi nella maggior parte dei settori, nel 2009, diminuiranno i loro volumi. Vi sono interventi da fare a livello della strategia d'impresa e della rete distributiva, la prima ad incontrare le difficoltà del mercato.

A livello della strategia d'impresa bisogna spostare l'ottica dai volumi ai margini, operazione non facile sia per motivi culturali che per il sistema informativo che di solito privilegia i volumi e non i margini. La seconda azione è quella di riposizionare la gamma prodotti enfatizzando i plus della offerta (che spesso le aziende non sanno di avere) ed insieme sviluppare la metodologia dell'analisi del valore sia sulla gamma che sui processi. Un'altra azione è quella di avere il coraggio di diventare più piccoli, tagliando prodotti e clienti che producono margini negativi. Integrare il ciclo produttivo con i fornitori più validi ed i clienti strategici è una ulteriore azione per difendersi nei mercati difficili. Infine bisogna prepararsi per la ripresa imparando "dal nemico" e cercando le discontinuità strategiche. A livello della rete di vendita non sarà più possibile accettare inefficienze che l'aumento dei volumi prima mascherava. E' necessario isolare i comportamenti dei venditori che creano successo, identificare i venditori che li attuano, e regalare alla concorrenza i venditori che attuano comportamenti lontano da quelli vincenti. Non si deve mai dimenticare che sono i comportamenti che determinano i risultati. I risultati di oggi sono il frutto dei comportamenti di ieri; i risultati di domani dipenderanno dai comportamenti di oggi. Infine nell'incontro si forniranno, con una particolare metodologia, i risultati di un monitoraggio sulle iniziative attuate dalle piccole e medie imprese per affrontare i mercati recessivi.

### **Profilo Relatore**

**ALBERTO GIMARI**

Laureato in Economia e Commercio all'Università Cattolica di Milano. Lavora prima in una azienda fino a diventarne Direttore. Passa successivamente alla consulenza, diventando esperto di politiche commerciali e gestione reti di vendita, operando in alcune decine di imprese. In questo ruolo ha lavorato in società di consulenza italiane e multinazionali fino a diventare partner di Watson Wyatt. E' intervenuto in diverse istituzioni private e pubbliche come docente e formatore nell'area commerciale. Negli ultimi anni, con colleghi americani, ha sviluppato una particolare metodologia che correla comportamenti e risultati al fine di identificare quei comportamenti virtuosi predittivi del successo di vendita.

### **Sede – Durata**

Camera di Commercio di Monza e Brianza – Piazza Cambiaghi, 9. Incontro di 2 ore.





## CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA

### **Modalità di partecipazione**

**La partecipazione è gratuita.** Le adesioni saranno accettate sulla base dell'ordine di arrivo della scheda di iscrizione compilata e firmata e fino ad esaurimento dei posti disponibili. Le iscrizioni si ricevono entro 3 giorni lavorativi antecedenti l'inizio dell'incontro.

Per informazioni e iscrizioni

**Formaper c/o Camera di Commercio di Monza e Brianza**

**Tel. 039/2807.445-46 Fax 039/2807.449**

**formaper@mb.camcom.it**

**www.mb.camcom.it – www.formaper.it**

