

Percorso formativo -

DAL SERVICE ALLA SERVITIZATION

Competere con servizi e soluzioni integrate nelle imprese produttrici di beni strumentali

L'offerta di servizi e di soluzioni integrate prodotto-servizio è sempre più fattore strategico per crescita, differenziazione e profittabilità delle imprese manifatturiere. **Le imprese leader di molteplici settori industriali realizzano quote di fatturato dalla vendita di servizi avanzati che sono ormai comparabili, se non superiori, a quelle conseguite con la vendita dei beni.**

Nonostante le opportunità della "servitizzazione" in molte imprese prevale la cultura "prodotto-centrica". La formazione proposta vuole aiutare i partecipanti a individuare aree di miglioramento per attivare nuovi segmenti di business.

Il percorso formativo proposto, **in collaborazione con il centro interuniversitario per la ricerca ASAP**, vuole fornire a imprenditori, direttori generali e prime linee di aziende industriali costruttrici di beni strumentali, **una panoramica su benefici della servitizzazione**, sulle capacità chiave e sulle sfide di questo cambiamento. L'obiettivo è riflettere sui percorsi di sviluppo delle strategie di servitizzazione, sui diversi modelli di business, e sulle abilitanti culturali, tecnologiche e organizzative di tale trasformazione.

Destinatari

Figure apicali - vertici strategici, direzioni generali e prime linee quali direttori/responsabili area marketing, vendite, amministrazione e finanza, R&S, ingegneria/uffici tecnici, logistica/operations. A queste figure possono aggiungersi i referenti della unità Service (Aftersales, CustomerCare, After-market, etc.) in quei casi in cui la corrispondente direzione aziendale ha già assegnato loro responsabilità di business, oppure se vi è interesse da parte di tale direzione allo sviluppo in tali figure di consapevolezza e conoscenze preliminari in merito alle sfide della servitizzazione.

Struttura del percorso

✓ ☐ **62 ore** di formazione

✓ ☐ **6 moduli fruibili** anche singolarmente

1. I servizi: come implementare il business

Un workshop laboratoriale interattivo, che coinvolge i partecipanti nello studio di nuovi modelli di business da applicare nelle aziende di appartenenza

2. Il venditore mascherato

Strategie commerciali per tecnici service

3. Progettare i servizi

I principi della progettazione dei servizi: concetti chiave, gli strumenti e i metodi utilizzati nel service design per creare servizi efficaci e incentrati sul cliente

4. Gestire i servizi

Quali sono i principi per la gestione ottimale dei servizi ai clienti

5. Controllare i servizi

Comprendere l'importanza del controllo delle prestazioni, dei costi e della qualità del servizio al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali connessi allo sviluppo del business dei servizi.

6. Selling Servitization

Come vendere servitization: strategie per team commerciali



è un marchio di S.A.L.A. Srl a Socio Unico - Via Fossa Buracchione 84 - 41126 Modena(MO) - Tel: 059 512 108