



NEW TECHNICAL SALES IN ACTION

Formazione specialistica
per la vendita di beni
strumentali

CONTESTO

La vendita di beni strumentali richiede oggi competenze sempre più evolute: cicli decisionali lunghi, interlocutori multipli, trattative complesse, pressione sul prezzo e necessità di dimostrare valore tecnico ed economico.



Il venditore deve saper preparare l'azione commerciale, leggere il cliente, comunicare la soluzione, gestire la negoziazione e governare pipeline e forecast. In questo scenario, l'intelligenza artificiale diventa uno strumento concreto per potenziare l'analisi, anticipare obiezioni, simulare scenari decisionali e supportare la gestione delle opportunità commerciali.

Il percorso offre un metodo pratico e specialistico per la vendita di macchine, impianti e soluzioni complesse, integrando competenze commerciali, comunicative, negoziali e strumenti AI applicabili al lavoro quotidiano del tecnico commerciale.

IL PERCORSO PREVEDE

- Il percorso accompagna i partecipanti lungo le principali fasi della vendita di beni strumentali: dalla preparazione dell'azione commerciale alla gestione della relazione con il cliente, dalla negoziazione alla costruzione di una pipeline solida e di forecast più affidabili.
- Ogni modulo affronta una dimensione specifica del processo di vendita, con un approccio pratico e progressivo: analisi del cliente e del mercato, comunicazione efficace, intervista negoziale, gestione della trattativa, utilizzo dell'AI, controllo delle opportunità commerciali e consolidamento di un piano d'azione personale.
- Le attività formative alternano momenti in presenza, sessioni online, esercitazioni, role play, simulazioni e confronto con docenti esperti del settore, per favorire l'applicazione immediata degli strumenti nel lavoro quotidiano del tecnico commerciale.

LA STRUTTURA

Durata complessiva	65 ore di formazione
Metodologia didattica	Blended: giornate in presenza a Modena e sessioni online
Moduli formativi	5 totali
Periodo di realizzazione	Dal 2 ottobre al 11 dicembre 2026

MACRO OBIETTIVI FORMATIVI

SVILUPPARE un metodo strutturato per affrontare la vendita di beni strumentali, macchine e impianti.

PREPARARE l'azione commerciale attraverso l'analisi del cliente, del mercato, dei concorrenti e degli interlocutori decisionali.

UTILIZZARE strumenti di intelligenza artificiale per potenziare analisi, simulazioni, argomentazioni commerciali e preparazione della trattativa.

CONDURRE interviste negoziali efficaci, migliorando ascolto, domande, empatia e capacità di costruire fiducia.

GESTIRE trattative complesse, ad alto valore economico e con più interlocutori coinvolti.

GOVERNARE pipeline, opportunità, priorità e forecast commerciali con criteri chiari e strumenti operativi.

CONSOLIDARE un piano d'azione personale per applicare in azienda strumenti, comportamenti e buone pratiche apprese durante il percorso.



DESTINATARI

Tecnici commerciali

Area Manager e Key Account Manager

Sales Manager e Responsabili Commerciali

Business Development Manager

Product Manager con responsabilità commerciali o di supporto alla vendita

Figure commerciali coinvolte nella vendita di macchine, impianti, componenti e soluzioni tecniche complesse

Imprenditori e manager impegnati nello sviluppo commerciale di beni strumentali

Professionisti che operano nel settore machinery, impiantistica, automazione e componentistica industriale, in contesti caratterizzati da trattative complesse, cicli di vendita lunghi e interlocutori multipli

1 INGREDIENTI PRINCIPALI DELLA VENDITA: INTELLIGENCE E COMUNICAZIONE

2 ottobre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

8 ottobre 2026

| dalle 09.00 alle 13.00

| **on line**

9 ottobre 2026

| dalle 09.00 alle 13.00

| **on line**

ISCRIVITI



Un Modulo introduttivo dedicato alla preparazione dell'azione commerciale: analisi del cliente, conoscenza del mercato, lettura dei concorrenti e utilizzo dell'AI per costruire una vendita più mirata, consapevole ed efficace.

Contenuti

- Intelligence e comunicazione come basi della vendita di beni strumentali
- Conoscere azienda, mercato, posizionamento e valore dell'offerta
- Preparare l'incontro commerciale: cliente, interlocutori, obiettivi e informazioni da raccogliere
- Utilizzare fonti digitali, social network e strumenti AI per l'analisi pre-incontro
- Analizzare i concorrenti e costruire confronti efficaci tra soluzioni
- Simulare il processo decisionale del cliente e individuare punti di forza e debolezza dal punto di vista del buyer
- Costruire argomentazioni commerciali più mirate, coerenti e orientate al valore

Obiettivi

- Preparare in modo strutturato l'azione commerciale e l'incontro con il cliente
- Rafforzare la capacità di analisi del mercato, del cliente e del contesto competitivo
- Utilizzare l'AI come supporto operativo alla preparazione della vendita e alla costruzione delle argomentazioni commerciali



2 INTERVISTA NEGOZIALE E TECNICHE DI COMUNICAZIONE

29 ottobre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

30 ottobre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

ISCRIVITI



Modulo dedicato alla relazione con il cliente: ascolto, domande, comunicazione efficace e tecniche di intervista negoziale per raccogliere informazioni, costruire fiducia e orientare la trattativa.

Contenuti

- Il ruolo della comunicazione nella vendita di beni strumentali
- Contatto positivo con il cliente e costruzione del clima di fiducia
- Ascolto empatico, domande efficaci e gestione del silenzio
- Tecniche di intervista negoziale per raccogliere informazioni rilevanti
- Comunicazione in presenza e da remoto: differenze di approccio
- Costruire l'argomentazione di vendita a partire dalle informazioni raccolte
- Tecniche empatiche e relazionali per gestire il corretto flusso della relazione commerciale

Obiettivi

- Migliorare la qualità della relazione e della comunicazione con il cliente
- Condurre interviste negoziali più efficaci, orientate alla raccolta di informazioni utili
- Costruire argomentazioni commerciali coerenti con bisogni, aspettative e priorità del cliente

3 LA NEGOZIAZIONE DI BENI STRUMENTALI

5 novembre 2026

| dalle 09.00 alle 13.00

| **on line**

6 novembre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

13 novembre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

ISCRIVITI



Modulo dedicato alla gestione della trattativa nella vendita di beni strumentali: valore, prezzo, offerta commerciale, obiezioni, interlocutori multipli e mantenimento dell'engagement durante cicli di vendita lunghi.

Contenuti

- La vendita di soluzioni tecniche ad alto valore economico
- L'offerta commerciale come strumento di comunicazione del valore
- Prezzo, valore e percezione del beneficio nella trattativa
- Gestione delle obiezioni e delle richieste di customizzazione
- Trattative lunghe e multi-interlocutore: engagement, decisori e gruppo d'acquisto
- Utilizzo dell'AI per anticipare obiezioni, generare domande e preparare scenari negoziali
- Gestione della relazione nella fase post-vendita

Obiettivi

- Gestire trattative complesse valorizzando la soluzione oltre il prezzo
- Rafforzare la capacità di negoziare con decisori, influenzatori e gruppi d'acquisto
- Utilizzare strumenti e simulazioni, anche AI-assistite, per preparare obiezioni, argomentazioni e scenari di trattativa

4 GESTIRE OPPORTUNITÀ E PREVISIONI DI VENDITA

20 novembre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

27 novembre 2026

| dalle 09.00 alle 13.00

| **on line**

ISCRIVITI



Modulo dedicato alla gestione delle opportunità commerciali: dalla qualificazione dei contatti alla costruzione della pipeline, fino alla definizione di previsioni di vendita più affidabili per orientare priorità, azioni e decisioni commerciali.

Contenuti

- Contatti, opportunità e pipeline nella vendita di beni strumentali
- Dalla qualificazione del contatto alla costruzione dell'opportunità commerciale
- Categorie di opportunità e stadi di avanzamento della trattativa
- Velocità, quantità e qualità della pipeline come indicatori di performance commerciale
- Azioni da programmare, attività da evitare e segnali da monitorare lungo il ciclo di vendita
- Differenza tra budget e forecast commerciale
- Metodi di previsione per beni strumentali, trattative lunghe e progetti complessi
- Case study finale: analisi di una pipeline e costruzione di una previsione commerciale

Obiettivi

- Leggere e valutare le opportunità commerciali con criteri chiari e condivisi
- Definire priorità e azioni coerenti con lo stadio e la qualità delle trattative
- Costruire previsioni di vendita più realistiche e utili alla gestione delle vendite complesse

5 FOLLOW UP: CONFRONTO COL VETERANO

11 dicembre 2026

| dalle 09.30 alle 17.30

| **in aula**

ISCRIVITI



Modulo conclusivo dedicato al confronto, al feedback e al consolidamento del percorso: una giornata per rileggere quanto appreso, individuare le aree di miglioramento e definire il passo successivo del proprio piano d'azione commerciale.

Contenuti

- Feedback sui cambiamenti attivati durante il percorso
- Confronto sulle buone pratiche applicabili nella vendita di beni strumentali
- Analisi del proprio potenziale commerciale e delle aree di miglioramento
- Pianificazione delle prestazioni e orientamento agli obiettivi
- Consolidamento degli strumenti acquisiti nei moduli precedenti
- Definizione del passo successivo del piano d'azione personale

Obiettivi

- Consolidare apprendimenti, strumenti e comportamenti sviluppati durante il percorso
- Individuare punti di forza, aree di miglioramento e potenzialità ancora da esprimere
- Definire un piano d'azione personale per trasferire in azienda quanto appreso

METODOLOGIA DIDATTICA

Il percorso adotta una metodologia blended, con giornate in presenza a Modena e sessioni online interattive.

Le lezioni alternano contenuti teorici, esercitazioni pratiche, role play, simulazioni, analisi di casi reali e confronto con docenti esperti nella vendita di beni strumentali.

L'obiettivo è fornire strumenti immediatamente applicabili nella gestione del cliente, della comunicazione, della negoziazione, della pipeline e del forecast commerciale.

L'utilizzo di strumenti AI accompagna le attività di analisi, preparazione e simulazione, aiutando i partecipanti a costruire argomentazioni più mirate e a gestire con maggiore metodo le opportunità commerciali.

PERCHÈ ISCRIVERSI ALL'INTERO PERCORSO

Vendere beni strumentali significa gestire trattative lunghe, interlocutori multipli, soluzioni tecniche complesse e decisioni ad alto valore economico.

Il percorso offre un metodo completo per affrontare ogni fase della vendita: dalla preparazione dell'incontro alla comunicazione con il cliente, dalla negoziazione alla gestione delle opportunità, fino alla costruzione di previsioni commerciali più affidabili.

Partecipare all'intero programma permette di sviluppare una visione integrata del processo commerciale e di acquisire strumenti concreti, immediatamente applicabili nella vendita di macchine, impianti e soluzioni complesse.

Ogni modulo è comunque autonomo e fruibile singolarmente, in funzione delle esigenze aziendali.

[ISCRIVITI ALL'INTERO PERCORSO](#)



DICONO DI NOI



Uno staff di docenti unici, sempre pronti a condividere esperienze personali e convertirle in esempi reali. Un programma vasto, ben strutturato e con argomenti che ben rispecchiano il mercato. Un tipo di approccio alla vendita che esce, a volte, dai canoni analizzando la vendita sotto le più svariate sfaccettature. Mai noioso nello svolgimento. Questo corso mi ha dato notevoli spunti di crescita e miglioramento

Andrea Ferroni

Sales Specialist - Customer Service - Sacmi Imola S.C.

RELATORI

Il percorso è guidato da docenti e professionisti con competenze complementari nell'ambito della vendita, della comunicazione, della negoziazione, del marketing e della gestione commerciale nel settore dei beni strumentali.

L'integrazione tra esperienza sul campo, competenze manageriali e conoscenza delle dinamiche commerciali del mondo machinery permette di offrire ai partecipanti un approccio concreto, specialistico e immediatamente applicabile.

PIETRO BAZZONI

Consulente e formatore nell'area comunicazione, vendite e strategie aziendali, è specializzato nello studio delle dinamiche esperienziali umane e delle modalità di comunicazione.

Si occupa di interazione e sinergia del personale interno per migliorare le strategie di vendita e la gestione del cliente, grazie a competenze maturate in oltre 30 anni di attività manageriale e imprenditoriale.

Porta in aula tecniche, comportamenti e metodi di vendita raccolti sul campo, trasformando esperienze concrete in strumenti pratici per la crescita commerciale.

VIRGINIO LOSI

Esperto di settore, con importanti competenze tecniche e commerciali maturate grazie al percorso di studi in ingegneria, a un MBA, e alla pluriennale esperienza nel settore dei Beni Strumentali.

Ha ricoperto il ruolo di Direttore commerciale e direttore marketing di importanti aziende del confezionamento food and beverage e tissue.

L'esperienza oltre ventennale nelle vendite del settore, unita alle competenze tecniche, gli consente di trasferire ai partecipanti casi, metodi e strumenti realmente applicabili alla vendita di macchine, impianti e soluzioni complesse.

MARTINO CARANTI

Ingegnere con una ventennale esperienza in ambito commerciale, sales & marketing, maturata in aziende del packaging dell'area bolognese, multinazionali e contesti internazionali.

Supportato da una solida competenza tecnica, è Direttore Commerciale e gestisce canali distributivi e reti di agenti, con significativa esperienza nella gestione di team e nello sviluppo dei mercati esteri.

Nel percorso porta un contributo operativo sulla gestione commerciale, con particolare attenzione a opportunità, pipeline, priorità di vendita e previsioni commerciali nel settore machinery.

CRISTINA MARIANI

Professore a contratto presso il Master di Primo livello "Account & Sales Management" dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Consulente, docente, scrittrice e giornalista, supporta le aziende in area commerciale, marketing, vendite, Customer Experience e business writing, oltre che su temi legati a pricing e controllo del cash flow.

Laureata con lode in Economia all'Università Bocconi di Milano, ha un'esperienza imprenditoriale di 15 anni e numerose pubblicazioni all'attivo.

QUOTE DI PARTECIPAZIONE		QUOTA partecipazione ASSOCIATO*	QUOTA partecipazione NON ASSOCIATO	
(per singolo partecipante)				
1	Ingredienti principali della vendita: Intelligence e comunicazione	2-8-9 ottobre	€ 950	€ 1.050
2	Intervista negoziale e tecniche di comunicazione	29-30 ottobre	€ 950	€ 1.050
3	La negoziazione di beni strumentali	5-6-13 novembre	€ 1.100	€ 1.250
4	Gestire opportunità e previsioni di vendita	20-27 novembre	€ 700	€ 875
5	Follow Up Confronto col veterano	11 dicembre	€ 350	€ 450
	Iscrizione INTERO percorso		€ 3.400	€ 4.200

La quota d'iscrizione è considerata al netto di iva

ULTERIORI INFORMAZIONI

- L'iscrizione ai corsi viene effettuata direttamente dal sito SBS, previa registrazione
- Per l'iscrizione di più partecipanti della medesima azienda, è previsto uno sconto del 10% sulla quota di partecipazione
- Il corso sarà attivato a raggiungimento di un numero sufficiente di partecipanti e la conferma sarà inviata tramite e-mail 7 giorni prima dell'inizio del corso.
- La quota di partecipazione è comprensiva di materiale didattico in formato digitale e **attestato di partecipazione**
- Si intendono aziende associate quelle aderenti a ACIMAC, ACIMALL, AMAPLAST, UCIMA e FEDERTEC
- Possibilità di finanziare il corso tramite **Fondimpresa** e **Fondirigenti**.



IN COLLABORAZIONE CON



acimall
ITALIAN WOODWORKING TECHNOLOGY ASSOCIATION



SBS - Scuola Beni Strumentali
Via Fossa Buracchione, 84 - 41126 Baggiovara (MO)
T. 39 059 472 6320
formazione@scuolabenistrumentali.it
www.scuolabenistrumentali.it

