

SALES DIRECTOR

nel settore Machinery

Dalla strategia all'azione,
con l'intelligenza artificiale
al fianco del Direttore
Commerciale.

Executive Program 2027

SBS
SCUOLA BENI STRUMENTALI

CONTESTO

Nel settore dell'impiantistica e del machinery, la Direzione Commerciale non è solo un ruolo operativo: è il motore strategico che orienta lo sviluppo dell'azienda, trasforma le opportunità di mercato in risultati concreti e guida la crescita del business nel lungo periodo.



In mercati complessi, globali e altamente competitivi, il Direttore Commerciale è chiamato a:

Definire e implementare la strategia di vendita

Stabilisce come raggiungere gli obiettivi di fatturato, identifica i segmenti di clientela più profittevoli e seleziona i canali di vendita più efficaci.

Posizionare l'azienda sul mercato

Analizza trend, minacce e opportunità per costruire un vantaggio competitivo chiaro e sostenibile.

Gestire l'intero ciclo di relazione con il cliente

Dall'acquisizione alla fidelizzazione, fino al post-vendita, essenziale nei progetti complessi e di lunga durata tipici del machinery.

Allineare vendite, marketing e direzione generale

Garantisce coerenza tra strategia d'impresa, priorità commerciali e utilizzo efficace delle risorse.

Monitorare performance e adattare le azioni

Attraverso KPI e sistemi di controllo, corregge la rotta e anticipa l'evoluzione dei mercati.

Governare l'uso dell'intelligenza artificiale nella funzione commerciale
Il Direttore Commerciale sa dove l'AI crea valore (analisi, preparazione, reporting), dove no, e con quali regole sui dati dei clienti.

LE NOVITÀ DELL'EDIZIONE 2027

Un'edizione ridisegnata sulle indicazioni dei partecipanti 2026: **più aula, più tempo, più confronto.**

Più tempo: da 28 a 46 ore, per approfondire i temi e dedicare più spazio all'interazione con il docente e con il gruppo.

Più aula: 5 giornate intere in presenza, per lavorare senza interferenze dall'azienda.

Mercato, dati e canali di vendita: **il modulo di Marketing strategico passa da mezza giornata a una giornata e mezza,** con un pomeriggio interamente dedicato ai canali di vendita.

Intelligenza artificiale in ogni modulo: esercitazioni pratiche con l'AI applicata al lavoro del Direttore Commerciale, dall'analisi di mercato al forecast, e un kit di prompt da portare in azienda.

Due prospettive sulla gestione del team: quella del Direttore Commerciale e quella dell'esperto HR.

IL PERCORSO

Il percorso offre una visione completa del ruolo del Direttore Commerciale, con un approccio pragmatico e operativo che integra strategie di mercato specifiche del settore, gestione del team commerciale, controllo delle performance e uso consapevole dell'intelligenza artificiale.

LA STRUTTURA

Durata complessiva	46 ore
Metodologia didattica	In aula (5 giornate) e online in diretta (2 mezze giornate)
Moduli formativi	6, acquistabili solo come percorso completo
Periodo di realizzazione	Da febbraio ad aprile 2027
Requisito di partecipazione	Avere responsabilità attuali o imminenti nella direzione e nel coordinamento di un team commerciale.



MACRO OBIETTIVI FORMATIVI

RAFFORZARE LA VISIONE STRATEGICA E LA GOVERNANCE COMMERCIALE, con focus sui settori delle macchine e degli impianti per la lavorazione di ceramica, legno, plastica e packaging.

LEGGERE IL MERCATO CON DATI E STRUMENTI CONCRETI, dall'analisi dei dati di settore alla scelta dei canali di vendita.

UTILIZZARE STRUMENTI CONCRETI DI PIANIFICAZIONE, BUDGETING E REPORTING, per gestire con metodo obiettivi, pipeline e performance.

POTENZIARE LA GESTIONE E LA LEADERSHIP DEL TEAM COMMERCIALE, dalla selezione alla motivazione delle risorse.

USARE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE IN MODO EFFICACE E SICURO nelle attività della Direzione Commerciale.

MIGLIORARE L'ALLINEAMENTO TRA MARKETING, VENDITE E DIREZIONE GENERALE.

CONDIVIDERE ESPERIENZE E BEST PRACTICE DEL SETTORE MACHINERY, favorendo il confronto tra professionisti.

DESTINATARI

Direttori Commerciali, Responsabili Vendite, Area Manager Italia/ Estero, Export Manager

Imprenditori che desiderano strutturare o rafforzare la prima linea commerciale

Figure in crescita verso la Direzione Commerciale che necessitano di strumenti, metodo e visione



1 IL RUOLO DEL DIRETTORE COMMERCIALE

18 febbraio 2027
| dalle 09.00 alle 13.00
| **In aula**

Una visione a 360° del ruolo, dalle responsabilità strategiche agli strumenti decisionali.

Contenuti

- Evoluzione del ruolo: dal venditore al manager che costruisce il business
- Le quattro dimensioni della Direzione Commerciale: strategia, persone, mercato e performance
- Relazione con Marketing e Direzione Generale
- Definizione dei KPI e delle priorità operative
- Strumenti per la pianificazione e il controllo commerciale
- Costruire il clima di fiducia con il cliente
- L'AI in Direzione Commerciale: dove crea valore, dove no, con quali regole sui dati

Esercitazione con l'AI – «La mia Scorecard di ruolo con l'AI»: ogni partecipante costruisce con l'AI la mappa delle proprie responsabilità e dei KPI di ruolo, base del piano di miglioramento personale.

Relatore: **Martino Caranti**

2 PIANO DI MARKETING STRATEGICO

Mercato, dati e canali di vendita

18 febbraio 2027
| dalle 14.00 alle 18.00
02 marzo 2027
| dalle 09.00 alle 18.00
| **In aula**

Strumenti di analisi e pianificazione per definire strategie commerciali coerenti con i trend di mercato e i canali distributivi più efficaci.

Contenuti

Mercato e dati

- Dati e insight a cura dei referenti dei Centri Studi delle associazioni
- Leggere e analizzare i dati di mercato anche senza un background specialistico
- Identificazione di trend e driver d'acquisto

Segmentazione e posizionamento

- Segmentazione B2B: criteri e cluster di clienti
- Value proposition e posizionamento competitivo

Canali di vendita

- Canali diretti, agenti, distributori, digitali: caratteristiche, costi e criteri di scelta
- Gestire e sviluppare reti di agenti e distributori, in Italia e all'estero

Esercitazione con l'AI – «Cluster e value proposition con l'AI»: partendo dai dati di settore, si usa l'AI per segmentare i clienti in cluster e formulare la value proposition per ciascuno, verificando criticamente i risultati.

Relatore: **Martino Caranti, con l'intervento dei referenti dei Centri Studi delle associazioni**

3 PIANO COMMERCIALE

Tradurre la strategia in un piano operativo, condiviso e misurabile.

18 marzo 2027
| dalle 09.00 alle 13.00
| **In aula**

Contenuti

- Dal piano marketing al piano commerciale
- Obiettivi, priorità e target di vendita
- Pianificazione delle attività e gestione della pipeline
- Strutturazione della rete vendita e definizione dei ruoli
- Allineamento marketing/vendite

Esercitazione con l'AI – «Pipeline e priorità con l'AI»: su un export di pipeline commerciale (dataset anonimizzato), l'AI aiuta a individuare le trattative a rischio e le priorità del periodo.

Relatore: **Martino Caranti**

4 IL TEAM COMMERCIALE:

selezionare, gestire e motivare

Sviluppare le competenze manageriali per selezionare, motivare e far crescere un team commerciale orientato ai risultati.

12 ore con due prospettive:
quella del Direttore Commerciale e quella dell'esperto HR.

GESTIRE E MOTIVARE IL TEAM

18 marzo 2027
| dalle 14.00 alle 18.00
| **In aula**

- Tecniche di coaching e feedback costruttivo
- Motivare il team commerciale nel contesto B2B
- Gestione della conflittualità e comunicazione assertiva

Esercitazione con l'AI – «Simula un feedback difficile»: roleplay in cui l'AI interpreta il collaboratore.

Relatore: **Martino Caranti**

SELEZIONARE E TRATTENERE I COMMERCIALI

23 marzo 2027 | dalle 09.00 alle 13.00 | **Online**

- Prima del colloquio: il profilo del commerciale che serve, criteri e consapevolezze durante la ricerca dei candidati
- Il colloquio: struttura, domande comportamentali, bias che influenzano la valutazione, errori da evitare
- Come l'AI può aiutare in fase di selezione

25 marzo 2027 | dalle 14.00 alle 18.00 | **Online**

- Inserimento: i primi 90 giorni
- Il potenziale del nuovo assunto: come riconoscerlo
- Retention: come accorgersi che un commerciale potrebbe dimettersi e le azioni da mettere in campo

Esercitazione con l'AI – «Prepara il colloquio con l'AI»: dalla job description alle domande e alla scheda di valutazione, con simulazione di colloquio

Relatore: **Antonio Messina**

5 BUDGET, TARGET E REPORTING

Strumenti per impostare, negoziare e monitorare il budget commerciale.

01 aprile 2027
| dalle 09.00 alle 18.00
| **In aula**

Contenuti

- Logica e finalità del budget come sistema decisionale
- Dal business plan al budget commerciale
- Forecasting e target setting
- Reporting e dashboard: lettura e interpretazione dei dati
- Analisi degli scostamenti e azioni correttive
- Integrazione tra CRM e controllo di gestione

Esercitazione con l'AI – «Scostamenti e forecast con l'AI»: analisi degli scostamenti, commento dei risultati e costruzione di scenari di previsione.

Relatore: **Martino Caranti**

6 FOLLOW-UP E CONFRONTO STRATEGICO

Sessione conclusiva dedicata a ciò che è stato applicato in azienda e al confronto sulle strategie future.

29 aprile 2027
| dalle 09.00 alle 16.00
| **In aula**
6 ore, pranzo incluso; consegna dei certificati a fine giornata

Contenuti

- Presentazione e discussione dei project work individuali (piano commerciale, budget, sviluppo del team)
- Peer feedback e problem solving collaborativo sulle sfide comuni (resistenza al cambiamento, CRM, gestione dei canali)
- Strumenti di autovalutazione e monitoraggio dei KPI

Esercitazione con l'AI – «Il mio Action Plan a 90 giorni con l'AI»: ogni partecipante trasforma il proprio project work in un piano d'azione per i tre mesi successivi, con priorità, scadenze e indicatori.

Relatore: **Martino Caranti**

METODOLOGIA DIDATTICA

Learning by doing: lezioni, esercitazioni, casi aziendali, simulazioni e role play, con confronto costante con i relatori e tra i partecipanti.

Le sessioni online sono in diretta con il docente e prevedono esercitazioni, Q&A e simulazioni.

Un project work individuale accompagna il percorso e viene presentato nella giornata di follow-up. Al termine ogni partecipante riceve un kit di prompt per la Direzione Commerciale.

PER LE ESERCITAZIONI CON L'AI

Ogni partecipante porta il proprio portatile con accesso a uno strumento di intelligenza artificiale generativa. Per le esercitazioni vengono forniti dataset di esempio anonimizzati: non è necessario utilizzare dati riservati della propria azienda.



RELATORI

MARTINO **CARANTI**

Ingegnere con una ventennale esperienza in ambito commerciale (sales & marketing), maturata sia in aziende di packaging dell'area bolognese sia in note multinazionali e contesti internazionali, supportata da una solida competenza tecnica. È Direttore Commerciale e gestisce canali distributivi e reti di agenti, con una significativa esperienza nella gestione di team e nello sviluppo dei mercati esteri.

ANTONIO **MESSINA**

Professionista con più di vent'anni di esperienza nelle direzioni HR di aziende nazionali e internazionali. Oggi è consulente e fondatore di Hara Risorse Umane, specializzato in selezione, sviluppo manageriale e coaching.

CENTRO STUDI **DELLE ASSOCIAZIONI**

I Centri Studi di Acimac, Amaplast e Ucima realizzano analisi di mercato, ricerche e previsioni economiche sui settori della meccanica strumentale per ceramica, plastica e packaging. Mettono a disposizione di imprese e professionisti dati, studi e strumenti a supporto delle strategie commerciali e di sviluppo del business.

UN PERCORSO UNICO

Il percorso è pensato come un'esperienza formativa completa e progressiva: ogni modulo prepara il successivo e il project work li collega tutti.

Per questo il percorso si acquista solo nella sua interezza: lo stesso gruppo lavora insieme dall'inizio alla fine, e il confronto tra i partecipanti è parte del valore del corso.

QUOTE DI PARTECIPAZIONE

(per singolo partecipante)

		QUOTA partecipazione ASSOCIATO*	QUOTA partecipazione NON ASSOCIATO
Iscrizione percorso	18 febbraio 2 - 18 - 23 - 25 marzo 1 - 29 aprile	€ 2.900	€ 3.625

La quota d'iscrizione è considerata al netto dell'iva.

ULTERIORI INFORMAZIONI

- Iscrizioni tramite il sito SBS.
- Il percorso è pensato per un gruppo che lavora insieme dall'inizio alla fine: l'iscrizione è all'intero percorso.
- Sconto del 10% per più partecipanti della stessa azienda.
- Corso attivato al raggiungimento del numero minimo di iscritti; conferma via e-mail 7 giorni prima.
- La quota comprende materiale didattico digitale, kit di prompt per la Direzione Commerciale e light lunch nelle giornate in aula.
- Possibilità di finanziamento tramite Fondimpresa e Fondirigenti.
- *Sono considerate associate le imprese aderenti ad ACIMAC, ACIMALL, AMAPLAST, FEDERTEC e UCIMA.

ISCRIVITI ALL'INTERO PERCORSO

I VALORI DEL PROGETTO

SETTORIALITÀ
Il programma si rivolge esclusivamente a figure che operano nelle aziende della filiera dell'automazione e della produzione di macchine, impianti e componentistica, garantendo contenuti pienamente aderenti alle dinamiche del settore.

GLOBALIZZAZIONE
Il confronto tra partecipanti inseriti in aziende fortemente orientate all'export consente di analizzare dinamiche commerciali internazionali, condividere approcci ai diversi mercati e sviluppare una visione globale delle strategie di vendita.

PRAGMATICITÀ
La presenza di formatori con esperienza consolidata in ambito commerciale e marketing - in grandi gruppi internazionali e in realtà imprenditoriali del mondo industriale - assicura un approccio concreto e verticalizzato, basato su strumenti e best practice realmente applicabili.

Partecipare al corso significa vivere un'esperienza formativa che fornisce **strumenti concreti per trasformare le sfide commerciali in opportunità.**

ESPERIENZA
Il percorso nasce da oltre dieci anni di esperienza formativa di SBS nell'ambito commerciale: ogni anno più di 200 professionisti del settore si aggiornano attraverso programmi costruiti per rispondere alle reali esigenze del mercato.

NETWORK
La condivisione di un'esperienza formativa comune crea un legame professionale tra i partecipanti e favorisce uno scambio continuo di buone pratiche, generando valore per le aziende e per le persone coinvolte.

DINAMICITÀ
Una metodologia diversificata — lezioni, laboratori pratici, simulazioni, discussioni di gruppo e sessioni online — garantisce un apprendimento attivo, coinvolgente e immediatamente trasferibile alla gestione quotidiana della funzione commerciale.



SBS
SCUOLA BENI STRUMENTALI

IN COLLABORAZIONE CON

ACIMAC acimall AMAPLAST UCIMA

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

