Corso - 22/01/2027

Evoluzione del Service

Tre giornate in presenza per trasformare il Service da centro di costo a motore di valore e ricavi ricorrenti: leggere la propria offerta di servizi, progettarne di nuovi partendo dal cliente e dalle tecnologie digitali, e venderli in modo efficace.

Obiettivi

Nel settore dei beni strumentali il Service è sempre meno un centro di costo e sempre più un motore di valore, fidelizzazione e ricavi ricorrenti. Il corso accompagna i partecipanti in un percorso progressivo: **leggere la propria offerta di servizi**, progettarne di nuovi a partire dal cliente e **venderli in modo efficace**.

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- **valutare il proprio portafoglio servizi** e identificare concrete opportunità di evoluzione;
- sfruttare **IoT, macchine connesse e dati** per abilitare servizi predittivi e proattivi;
- analizzare l'**esperienza del cliente** lungo il ciclo di vita della macchina;
- **progettare nuovi servizi** e tradurli in un modello di business sostenibile;
- misurare e migliorare i servizi con **KPI** di qualità, costi e performance;
- **presentare e negoziare offerte di servizio** e integrarle nella pianificazione commerciale.

Programma

Giornata 1 – Valorizzare il Service come leva strategica

Dal prodotto ai servizi avanzati

- Dal prodotto alla soluzione: logiche, opportunità e sfide della transizione nel machinery
- I modelli di servizio a confronto: transazionale, relazionale, performance-based, outcome-based
- Come leggere e classificare il proprio portafoglio servizi

Il digitale come acceleratore

- IoT, macchine connesse e monitoraggio remoto: opportunità concrete per il Service
- Dal dato alla decisione: come le informazioni della macchina abilitano servizi predittivi e proattivi
- Casi di innovazione di servizio nel settore industriale

L'esperienza del cliente

- Il ciclo di vita della macchina come chiave di lettura del rapporto con il cliente
- I momenti critici nel rapporto fornitore-cliente: installazione, operatività, guasto, rinnovo
- Come identificare gap di servizio e opportunità di valore non ancora colte

Giornata 2 – Progettare e innovare i servizi

Progettare servizi che partono dal cliente

- Come esplorare sistematicamente le opportunità di servizio a partire dal prodotto
- Come generare nuove idee di servizio e selezionare quelle con più potenziale

Dal servizio al modello di business

- Gli elementi chiave di un modello di servizio sostenibile: valore, ricavi, costi, risorse, partner
- I principali modelli con cui le aziende machinery monetizzano i servizi avanzati
- Dalla proposta di valore alla struttura economica del servizio

Misurare e migliorare i servizi

- KPI di qualità, costi e performance per i servizi industriali
- Interpretare i risultati e definire azioni correttive
- Dall'innovazione alla gestione: le condizioni per rendere un nuovo servizio operativo e misurabile

Giornata 3 – Vendere servizi avanzati

Le basi commerciali dei servizi

- Fondamenti commerciali della servitizzazione: strategie orientate ai servizi, vantaggi per costruttori e clienti
- Tipologie di soluzioni: modelli prodotto-servizio (PSS), servizi avanzati, ricavi basati sui risultati

Vendere soluzioni prodotto-servizio

- Analisi dei bisogni del cliente
- Strumenti TCO, OEE e KPI a supporto dell'offerta
- Presentazione e negoziazione dell'offerta di servizio

Dalla vendita al piano commerciale

- Inserire i servizi nel piano commerciale: forecast e pipeline
- Workshop e simulazioni su casi reali, con piano d'azione finale

Metodologia

Corso in presenza, con teoria e lavoro applicato alternati: ogni blocco prevede un'esercitazione su casi reali del settore machinery e il confronto diretto tra partecipanti di aziende diverse.

Il proseguimento

Per chi vuole approfondire la definizione dei prezzi di ricambi, interventi e contratti di assistenza, SBS propone come proseguimento il ***corso Pricing del service***.

Ulteriori informazioni

- 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, attestato di partecipazione e pranzo di lavoro.
- Si intendono aziende associate quelle aderenti a: ACIMAC, ACIMALL, AMAPLAST, UCIMA e FEDERTEC .
- Possibilità di finanziare il corso tramite Fondimpresa e Fondirigenti.

Destinatari

Il corso è pensato per chi guida o sviluppa il business dei servizi: **responsabili Service e After Sales**, direttori commerciali e business development, responsabili prodotto e sviluppo servizi, area manager e figure commerciali coinvolte nella vendita di servizi.

Durata

24 ore

Quota di adesione:

1.500,00 € + IVA a persona per le aziende associate

1.900,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

22/01/2027 09.00-18.00 - Modena

19/02/2027 09.00-18.00 - Modena

12/03/2027 09.00-18.00 - Modena