



Circolare Informativa 18/91

Milano, 18 Settembre 1991

Oggetto: Corsi di formazione promossi dall' Associazione

Distribuzione:	BAI FACTORING	DOTT. RATTI
	BARCLAYS FACTORING	DOTT. VINCENT
	BN FACTORING	DOTT. CORAGGIO
	CBI FACTOR	AVV. BONDIOLI
	CENTRO FACTORING	DOTT. GUIDUCCI
		AVV. DEL FRATE
	COFIRI FACTOR	DOTT. LENCI
	COMIT FACTORING	DOTT. GHIDONI
	CREDIT FACTORING	DOTT. LOCONSOLE
	DESIO E BRIANZA FACTORING	RAG. BARBIERI
	FACTOR INDUSTRIALE	RAG. REALI
	FACTORIT	DOTT. FILIPPI
	FIME FACTORING	DOTT. AMBROSIO
	FIN-ECO FACTORING	RAG. FACCHETTI
	FINROMA	DOTT. VAZZA
	FISCAMBI FACTORING	DOTT. BURCHI
	FIRST CHEMICAL FACTOR	RAG. CARATI
	GENERAL FACTOR	RAG. CASAMASSIMA
	I.FI.S. FACTORING	DOTT. STACCIONE
	IFITALIA	DOTT. MUSSO
		AVV. SCIUME'
		DOTT. CALLIGARO
		RAG. TRUFFELLI
	MEDIOFACTORING	DOTT. TANSINI
	MONTE PASCHI FACTOR	DOTT. STANGHELLINI
		RAG. ZUIN
	SANPAOLO FACTORING	SIG. HAIM
		DOTT. SSA FERRO MILONE
	SELEFACTOR	DOTT. GUIDORIZZI
	SERFACTORING	DOTT. CAMBRIANI
	SIFIND	DOTT. CREMA
		DOTT. FURLOTTI
	SPEI FACTORING	DOTT. LUZZATTO
	SUD FACTORING	DOTT. GRECO
	TIRRENA PROFESSIONAL FACTOR	DOTT. VITTORI
	UEB FACTORING ITALIA	DOTT. CANETTA
	VENETA FACTORING	DOTT. BARBUI

Presidenza e Segreteria:
Via Cerva, 9 - 20122 Milano MI
Telefono: (02) 76020127 - Telefax: (02) 76020159

Sede legale:
Via della Posta, 3 - 20123 Milano MI

Codice Fiscale 97067880159 - Partita I.V.A. 10316950152

Con riferimento alla ns. circolare informativa n. 16/91 Vi ricordiamo il calendario della seconda edizione dei corsi organizzati da Assifact in collaborazione con la società Consulbank (Poliedros) e la SDA Bocconi precisando le sedi in cui si svolgeranno detti corsi:

1. la SECONDA EDIZIONE del CORSO PER ADDETTI ALLA FUNZIONE COMMERCIALE, organizzato a cura dell' Associazione ed erogato dalla società CONSULBANK (Gruppo POLIEDROS), avrà luogo secondo il seguente calendario:

1° modulo: 23 - 24 - 25 - 26 settembre
2° modulo: 15 - 16 - 17 - 18 ottobre
3° modulo: 11 - 12 - 13 - 14 novembre

L'intero corso avrà luogo a Milano presso l'Hotel dei Cavalieri, Piazza Missori, 1

2. la SECONDA EDIZIONE del CORSO PER ADDETTI ALLA FUNZIONE FIDI, organizzato a cura dell' Associazione ed erogato dalla Scuola di Direzione Aziendale dell' Università Bocconi avrà luogo secondo il seguente calendario:

1° modulo: 7 - 8 - 9 - 10 ottobre
presso l' Hotel d'Este - Viale Bligny, 23 - Milano
2° modulo: 5 - 6 - 7 novembre
presso il Circolo Crocchio - Via Borghetto, 2 - Milano
3° modulo: 10 - 11 - 12 - 13 dicembre
presso l' Hotel d'Este - Viale Bligny, 23 - Milano

Trattandosi di una seconda edizione, il programma dei corsi sarà sostanzialmente quello della prima edizione che alleghiamo per memoria.



SECONDA EDIZIONE del CORSO PER ADDETTI ALLA FUNZIONE COMMERCIALE,
organizzato a cura dell' Associazione ed erogato dalla società
CONSULBANK (gruppo POLIEDROS)

I MODULO

Criteri e metodologie per la selezione della clientela da
parte delle società di factoring

Gli strumenti di analisi finanziaria: la riclassificazione
dei valori di bilancio

Gli indicatori di bilancio

L' analisi dei flussi finanziari

Analisi e discussione di casi aziendali

II MODULO

La gestione finanziaria dell' impresa

La formazione dei fabbisogni finanziari, con particolare
riferimento al capitale circolante

Evoluzione del settore, politiche aziendali e dinamica dei
fabbisogni finanziari

Analisi e discussione di casi aziendali

III MODULO

L'analisi del rischio con riferimento al cedente crediti: le
valutazioni sulla struttura del settore, le politiche azien-
dali e i fabbisogni finanziari

L' analisi del rischio con riferimento ai debitori ceduti

L' analisi del rischio emergente dalla valutazione congiunta
del cedente e dei ceduti

Analisi e discussione di casi aziendali

Il mercato del factoring: il comportamento di acquisto del
cliente





ASSIFACT

*PROGRAMMA PER UN SEMINARIO DI FORMAZIONE
TECNICHE DI VENDITA "ADDETTI COMMERCIALI SOCIETA' DI FACTORING"*

BM/ec 02

①

1^ GIORNATA

MATTINO

09.00-09.30	Apertura del seminario - obiettivi e programma
09.30-10.30	Principi generali di marketing
10.30-11.00	INTERVALLO
11.00-13.00	Le attività parabancarie ed il mercato del factoring.

POMERIGGIO

14.30-15.45	L'approccio pianificato di marketing
15.45-16.00	INTERVALLO
16.00-17.30	L'analisi del mercato: i fabbisogni finanziari e il comportamento di acquisto del cliente Il mercato del factoring: il comportamento di acquisto del cliente.

2^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30	La segmentazione della domanda
10.30-11.00	INTERVALLO
11.00-13.00	Esercitazione sulla segmentazione della domanda. Discussione sull'esercitazione sulla segmentazione della domanda.

POMERIGGIO

14.30-15.45	Il marketing-mix: il concetto di servizio e il processo di erogazione.
15.45-16.00	INTERVALLO
16.00-17.30	Il marketing mix: l'immagine e la politica di comunicazione.

3^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30	Il marketing-mix il prezzo e la politica di distribuzione.
10.30-11.00	INTERVALLO
11.00-13.00	Esercitazione sul marketing-mix. Discussione dell'esercitazione.

POMERIGGIO

14.30-15.45	La gestione del sistema informativo di mercato.
15.45-16.00	INTERVALLO
16.00-17.30	Il sistema informativo di mercato e il data-base commerciale.

4^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30	L'analisi del modello di acquisto dei servizi finanziari: caso.
10.30-11.00	INTERVALLO
11.00-13.00	L'analisi del modello di acquisto dei servizi finanziari: caso.

POMERIGGIO

14.30-15.45	L'organizzazione e la preparazione della vendita.
15.45-16.00	INTERVALLO
16.00-17.30	Identificazione dell'area di vendita, dimensione quantitativa e qualitativa, selezione della clientela, le fonti informative di riferimento. Sintesi conclusiva del 1° modulo.

5^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30 Ripresa e collegamento modulo precedente. Le fasi del colloquio di vendita.

10.30-11.00 INTERVALLO

11.00-13.00 Utilizzo schede clienti, schede prodotti, schede proposte-offerte.
Gli strumenti in fase di analisi.

POMERIGGIO

14.30-15.45 La presentazione e la dimostrazione del servizio

15.45-16.00 INTERVALLO

16.00-17.30 La proposta su misura per il cliente.

6^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30 La comunicazione interpersonale (dispersione e distorsione del messaggio)

10.30-11.00 INTERVALLO

11.00-13.00 Ascolto attivo e comunicazione non verbale.

POMERIGGIO

14.30-15.45 Gli elementi di efficacia nella comunicazione interpersonale

15.45-16.00 INTERVALLO

16.00-17.30 Gli stili sociali e la diagnosi del proprio stile di vendita.

7^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30 L'individuazione delle motivazioni d'acquisto del cliente

10.30-11.00 INTERVALLO

11.00-13.00 La logica del venditore consulente.

POMERIGGIO

14.30-15.45 Esercitazioni. Casi aziendali

15.45-16.00 INTERVALLO

16.00-17.30 L'assistenza post-vendita e il consolidamento del rapporto.

8^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30 Esercitazione di comunicazione e vendita simulata

10.30-11.00 INTERVALLO

11.00-13.00 Esercitazione di comunicazione e vendita simulata (segue) .

POMERIGGIO

14.30-15.45 Discussione simulazioni di vendita

15.45-16.00 INTERVALLO

16.00-17.30 Ripresa sulle tecniche di presentazione e dimostrazione.
Sintesi conclusiva II° modulo.

9^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30 Ripresa dei concetti del modulo precedente
La conclusione della trattativa
Resistenze alla vendita

10.30-11.00 INTERVALLO

11.00-13.00 Il trattamento delle obiezioni.
Tipi di obiezioni - superamento
Il problema del prezzo.

POMERIGGIO

14.30-15.45 La chiusura della trattativa

15.45-16.00 INTERVALLO

16.00-17.30 Chiusura in caso di sottoscrizione e non sottoscrizione
Sintesi conclusiva II° modulo.

10^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30 I canali di vendita (rapporti con reti bancarie e di distribuzione di prodotti finanziari)

10.30-11.00 INTERVALLO

11.00-13.00 La vendita per obiettivi
Valutazione e sviluppo dei collaboratori.

POMERIGGIO

14.30-15.45 Valutazione dei risultati e degli obiettivi

15.45-16.00 INTERVALLO

16.00-17.30 Organizzazione della vendita. Attività e gestione di strumenti integrativi complementari:

- . le lettere promozionali - il portfolio
 - . i rapporti con reti esterne - cross-selling.
-

11^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30	La gestione delle vendite. Monitoraggio e controllo del piano
10.30-11.00	INTERVALLO
11.00-13.00	Analisi e valutazione delle piattaforme di vendita individuali e di gruppo.

POMERIGGIO

14.30-15.45	Meccanismi sistematici di verifica operativa dell'attività commerciale. Esercitazione
15.45-16.00	INTERVALLO
16.00-17.30	Commento ai risultati dell'esercitazione.

12^ GIORNATA

MATTINO

09.00-10.30	La commercializzazione e promozione con strumenti innovativi di direct marketing. Il direct mailing, il telemarketing, il couponing
10.30-11.00	INTERVALLO
11.00-13.00	L'uso del telefono nell'attività di vendita (le griglie di conversazione, l'organizzazione base).

POMERIGGIO

14.30-15.45	La motivazione alla vendita (individuazione di necessità e possibilità derivanti dai piani di incentivazione)
15.45-16.00	INTERVALLO
16.00-17.00	L'attività gestionale della vendita (formalizzazione, compilazione, modulistica, relazioni visita-reporting)
17.00-17.30	Valutazione dei risultati e degli obiettivi.
