

I MODELLI DI PREVISIONE (2GG)

Obiettivi del corso:

Supportare le decisioni di marketing attraverso modelli di previsione scientifici e concreti e ridurre al massimo i margini di incertezza nel prendere le decisioni aziendali.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

I MODELLI DI PREVISIONE (2gg)

- ✂ Premessa sui modelli di previsione;
- ✂ Come ridurre il margine di incertezza a supporto delle decisioni di marketing;
- ✂ Elementi di base di statistica: correlazione, medie, curve di distribuzione;
- ✂ La misurazione del rischio attraverso modelli statistici;
- ✂ I diversi metodi di previsione della domanda del mercato;
- ✂ I modelli di previsione a supporto delle decisioni di modifica dei prezzi;
- ✂ L'analisi della quota di mercato: gli indici di penetrazione e di saturazione;
- ✂ I diversi metodi per la definizione del budget per la forza vendita;
- ✂ Modelli matematici per la previsione delle vendite;

- ✦ La predisposizione delle previsioni in funzione di diversi scenari di mercato;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-