



## L'ORDINE DEGLI INGEGNERI DELLA PROVINCIA DI MACERATA

ORGANIZZA

**Mercoledì 18 febbraio 2015 ore 15.00 – 19.00**  
**presso la Sede dell'Ordine**

---

### **SEMINARIO** sul tema:

**Dall'offerta di servizio, alla soluzione per il cliente - Strategia e Marketing**

**Relatore : Ing. G. Calvani**

#### **MODALITA' DI PARTECIPAZIONE**

PER IL RICONOSCIMENTO DEI CREDITI FORMATIVI (AI SOLI INGEGNERI) L'ISCRIZIONE DOVRA' ESSERE PERFEZIONATA PRESSO L'ORDINE DI MACERATA UTILIZZANDO ESCLUSIVAMENTE LE SEGUENTI PROCEDURE ONLINE:

- **PER GLI ISCRITTI ALL'ORDINE DI MACERATA**: QUOTA 20,00 ,UTILIZZARE IL LINK PERSONALIZZATO, INVIATO PER POSTA ELETTRONICA A TUTTI GLI ISCRITTI;

Per la partecipazione sono previsti **n. 4 C.F.P.** in via di accreditamento.

## SEMINARIO

### *Dall'offerta di servizio, alla soluzione per il cliente*

DESTINATARI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Imprenditori</li><li>• Direttori commerciali</li><li>• Responsabili marketing</li><li>• Titolari di Studi professionali</li></ul>	<b>Contenuti</b> <p>Le Aziende e i Professionisti si trovano a fronteggiare un ciclo economico <u>difficile</u>. La minore disponibilità di risorse economiche del consumatore e la conseguente tensione sui prezzi e tariffe, spinge la <u>competizione</u> verso livelli mai visti in precedenza. Rispondere con la sola leva dei prezzi/sconti sarebbe riduttivo e fortemente deleterio per i <u>bilanci dell'impresa</u> che si troverebbe, presto o tardi, a dover considerare l'uscita da un certo business perché non più redditizio. Da qui la necessità di apportare un <u>cambiamento strategico</u> partendo dalle nuove condizioni al contorno. Il convegno intende approfondire prima di tutto le <u>ortodossie</u> che frenano il cambiamento rispetto alla situazione acquisita di comfort, successivamente viene condiviso un nuovo approccio per interpretare il punto di vista del cliente e i suoi bisogni. Attraverso una <u>esercitazione</u> in piccoli gruppi verrà infatti presa in considerazione la prospettiva del consumatore, il quale si aspetta un ottimo prodotto o servizio ma anche la soddisfazione di esigenze fino ad oggi poco valutate. Il passo successivo riguarda il punto di osservazione dell'Impresa o dello studio che si dovrà organizzare per fornire le risposte che il cliente si aspetta; anche in questo caso attraverso un esercizio pratico. Infine, puntare sull'<u>innovazione</u>, funzionale ad acquisire e mantenere il mercato, spesso presenta delle zone d'ombra: verrà introdotto un approccio analitico e scientifico per migliorare le possibilità di successo di nuove iniziative.</p>
OBIETTIVI	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interpretare il nuovo scenario di mercato</li><li>• Comprendere i vincoli al cambiamento</li></ul> Individuare un metodo per differenziarsi agli occhi del cliente	
CREDITI	La partecipazione al convegno prevede l'assegnazione di n° 4 (Ordine Ingegneri MC)	
RELATORE	<b>Gianluca Calvani</b> <p>Manager e divulgatore con una forte passione per la consulenza aziendale, ha ricoperto ruoli nella direzione commerciale, marketing, produzione in aziende multinazionali. Si è occupato di strategia commerciale, creando un portafoglio di soluzioni innovative integrando prodotti e servizi in ottica cliente. Collabora con riviste di management del gruppo IlSole24Ore e con Koster Publishing, impegnato nella cura di rubriche dedicate alle PMI.</p> Gianluca Calvani, 42 anni, è laureato in ingegneria, con successiva specializzazione in marketing e comunicazione.	