



CEL

COMMERCIAL EXCELLENCE LAB

PRESENTAZIONE

UPDATE 31 GENNAIO 2019

INDICE

1. *Perché un Commercial Excellence Lab (CEL)*
2. *Obiettivi del CEL*
3. *Perché essere partner*
4. *I driver del valore del CEL in sintesi*
5. *Il CEL e le imprese partner nel 2017*
6. *Il piano dei lavori del CEL nel 2018*
7. *Come diventare partner del CEL*
 - a. *I servizi previsti: «Partner» e «Main Partner»*
 - b. *I servizi opzionali per il Main Partner*
8. *Il Faculty team del CEL*



1. Perché un Commercial Excellence Lab

Nel 2016 La Scuola di Direzione Aziendale dell'Università Bocconi ha creato il **Commercial Excellence Lab (CEL)**, primo e unico centro italiano di sviluppo e diffusione di conoscenza manageriale sull'eccellenza commerciale, la cui missione è:

«Promuovere la ricerca e lo sviluppo continuo delle competenze commerciali necessarie per migliorare la performance degli individui e delle organizzazioni, aumentare la professionalizzazione del mondo delle vendite e migliorare la reputazione dei mestieri in ambito commerciale»



1. Perché il CEL - segue

Il Commercial Excellence Lab nasce da un'esperienza ventennale di un team di docenti della SDA Bocconi con solide competenze in ambito commerciale.

Il background di SDA Bocconi sui temi di sales

+20

Anni di attività sui temi

+100

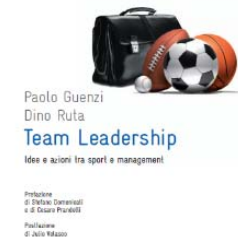
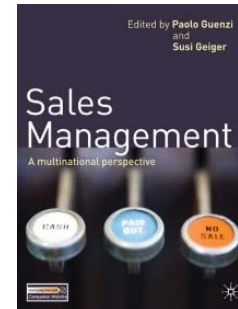
Aziende coinvolte in progetti su misura

+100

Publicazioni sul tema

+2.800

Sales Manager coinvolti nei programmi formativi



2. Obiettivi del CEL

1. Diventare, attraverso una rigorosa attività di ricerca, un *think tank* e **punto di riferimento** in Italia e all'estero per lo sviluppo e la disseminazione di conoscenza sui temi di *sales management* e *personal selling*.
2. Supportare e accompagnare le aziende **nel comprendere e gestire al meglio le variabili che determinano la performance commerciale**, anche alla luce degli attuali cambiamenti del mercato.
3. Coinvolgere in modo innovativo e sinergico le aziende nello **sviluppo delle competenze di vendita e di gestione in ambito commerciale**, creando/consolidando relazioni tra mondo accademico, imprese e mercato del lavoro sul tema delle vendite.
4. Contribuire a **far crescere la reputazione commerciale delle aziende e delle sue professionalità**, rendendole una scelta lavorativa attraente per i talenti.



3. Perché essere partner

Essere partner del CEL permette di:

1. Avere risposte a problemi concreti attraverso un confronto periodico fra organizzazioni e SDA Bocconi su processi commerciali, **driver di performance e modelli di competenze commerciali**;
2. Recepire continuamente **idee innovative** e **stimoli di miglioramento** da leading thinkers e organizzazioni di successo, identificando best practices trasferibili nella vostra azienda;
3. Offrire **opportunità di sviluppo e apprendimento** per i vostri executive e i vostri clienti;
4. Disporre di occasioni e strumenti **per motivare** i vostri manager e venditori;
5. Accrescere l'**attrattività della vostra azienda per giovani talenti e manager**, posizionandola come **best place to work** in ambito commerciale;
6. Alimentare una strategia di marketing interno per la **fidelizzazione e la retention dei talenti** nella struttura commerciale della vostra azienda;
7. Supportare la definizione di **percorsi di sviluppo** dei vostri commerciali;
8. Potenziare **la qualità e il ritorno sugli investimenti** dei vostri processi di training & development aziendali.



... per trovare risposte a problemi concreti

Il CEL ha generato conoscenza originale sui seguenti temi:

3 PROGETTI DI RICERCA

Il mestiere del commerciale

Focus su reputazione e percepito di ruolo e competenze commerciali. Tre prospettive:

1. **Giovani talenti:** come vedono il ruolo del venditore?
2. **CEO:** quanto sono importanti le competenze maturate in ambito commerciale per la carriera aziendale?
3. **Venditori e Area Manager:** quali sono le competenze critiche per avere successo nella professione commerciale?

Lo Steering Committee del CEL indirizza i temi di ricerca per generare conoscenza sugli aspetti più vicini alle esigenze aziendali ed alle sfide da affrontare.

1 PROGETTO DI RICERCA

Sales transformation

Indagine su come gestire con successo i processi strategici di “Sales Transformation”.

2 PROGETTI DI RICERCA

Digital & Social Selling e Sales Content Management

Indagini sull’adozione di strumenti digitali e dei sales content nelle organizzazioni commerciali, e analisi dei loro drivers e dell’impatto sulla performance.



... per sviluppare competenze

Nel biennio 2016-2017 il CEL ha permesso ai partner di fruire delle seguenti opportunità di apprendimento:

- 11 INTERVISTE VIDEO A VENDITORI E SUPERVISORI PUBBLICATE SUL SITO
- 2 WEBINAR ESCLUSIVI PER LE RETI DEI PARTNER
- 6 REPORT DI RICERCA SCARICABILI DAL SITO DEL LABORATORIO
- 4 FOCUS GROUP CON VENDITORI E SUPERVISORI

Queste attività offrono opportunità di sviluppo e apprendimento per i manager, i venditori ed i clienti dei partner.

Sono anche occasioni per motivare manager e venditori, e per contribuire a fidelizzare i talenti presenti nella struttura commerciale.



... per avere visibilità

I Partner possono vedere pubblicati su vari canali SDA Bocconi casi aziendali, interviste e dibattiti che li hanno visti protagonisti.



I media SDA Bocconi supportano l'employer branding e favoriscono l'attrattività verso giovani talenti e manager, posizionando l'azienda tra i «best place to work».

*Possono essere **motivanti** per gli executive in ottica di riconoscimento e visibilità personale.*

Un esempio: pubblicazione di un dossier sulla Commercial Excellence su Economia&Management (rivista executive di SDA Bocconi). Citazione dei partner e del CEL all'interno degli articoli.



... per avere visibilità - segue

Oltre 7.000

VISUALIZZAZIONI DI
PAGINA SUL SITO

11 INTERVISTE VIDEO A
VENDITORI E SUPERVISORI
PUBBLICATE SUL SITO

45

TESTIMONIANZE DI
MANAGER DEI NOSTRI
PARTNER ON CAMPUS

Il Sole 24 ORE.com

8 ARTICOLI SU STAMPA
NAZIONALE 16

VENDITORI, MA NON SOLO. L'ESPERIENZA COMMERCIALE AIUTA A FAR CARRIERA

«Venditori»? Sì, ma non solo. L'esperienza nel settore commerciale può assestare una spinta in più per una carriera da manager e top manager, grazie al mix di competenze che si acquisiscono sul campo: dalla conoscenza dei clienti alle capacità di relazione e network con colleghi e partner. A dirlo è l'86% dei dirigenti intervistati dalla Sda Bocconi in un sondaggio realizzato dal suo Commercial Excellence Lab. L'indagine cerca di sfatare alcuni dei pregiudizi che pendono sul settore, a partire dall'assenza di prospettive di



... per fare networking

Il CEL permette di confrontarsi su problematiche concrete in dibattiti manageriali.

Le tematiche dei meeting vengono decise insieme ai partner con l'obiettivo di approfondire l'argomento confrontando pratiche manageriali e sviluppare competenze, nonché di attivare il coinvolgimento di funzioni e ruoli diversi. Gli incontri possono prevedere la partecipazione di diverse figure manageriali.



Insights for managerial practice

Incontro tematico che, partendo da alcuni key trends sui processi decisionali dei clienti nel B2B, apra il dibattito sulle implicazioni sales e manageriali nella gestione del cambiamento.

The impact of technologies on customer relationship management

When: 15 maggio dalle 18.30 alle 20.00

Where: SDA Bocconi

Target: direttori commerciali/direttori vendite, resp. MKTG / digital.

Who: Deva Rangarajan Professor Vlerick Business School e Paolo Guenzi Professor SDA Bocconi

Lingua inglese

Un esempio di meeting manageriale organizzato nel 2017 per i partner del CEL.



... per fare networking - segue

Il CEL permette di interagire anche con soggetti esterni al network dei partner, in particolare grazie a:

4 WORKSHOP CON UN TOTALE DI...

350 EXECUTIVE PRESENTI

28.06.2016

VENDITE:
UN MESTIERE MERAVIGLIOSO?
PERCEZIONI E PROSPETTIVE
DELLE PROFESSIONI
COMMERCIALI

AULA N01
ORE 18.15 - 20.15
EDIFICIO VELODROMO
PIAZZA SRAFFA 13
MILANO

18.10.2016

LE VENDITE NELLA
"STANZA DEI BOTTONI":
IL COMMERCIALE AGLI
OCCHI DEI TOP MANAGER

ORE 18.30 AULA 01
VIA BOCCONI, 8 - MILANO

15.5.2017

THE IMPACT OF
TECHNOLOGIES ON
CUSTOMER
RELATIONSHIP
MANAGEMENT: THE ERA
OF THE EMPOWERED
CUSTOMER

ORE 18.30, AULA 01
VIA BOCCONI, 8 - MILANO

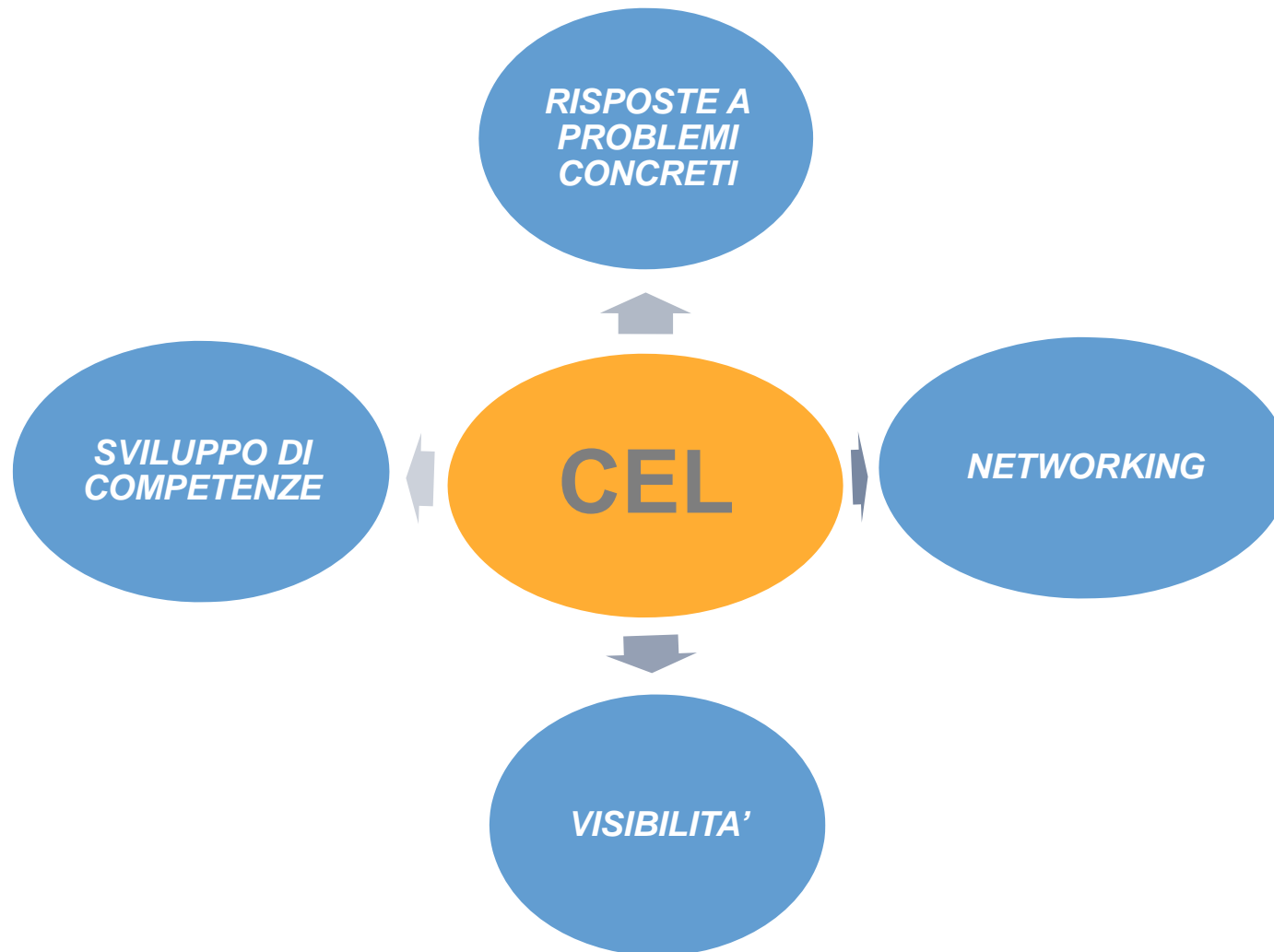
17.10.2017

DIGITAL & SOCIAL SELLING
INDEX: IL BAROMETRO DEL
GRADO DI SVILUPPO
TECNOLOGICO DELLE RETI
COMMERCIALI IN ITALIA

ORE 18.30, AULA N01
VIA BOCCONI, 8 - MILANO



4. I driver del valore del CEL: una sintesi



5. Il CEL e le imprese partner nel 2017

MAIN PARTNER



PARTNER



PARTNER TECNICI



6. Il piano dei lavori del CEL del 2018

- Una **ricerca principale**, su tema concordato con lo Steering Committee. Fasi tipiche:
 1. **Analisi letteratura scientifica e manageriale** sul tema;
 2. Fase di **ricerca qualitativa** con coinvolgimento dei partner;
 3. **Survey quantitativa** su un campione di manager/aziende;
 4. Realizzazione del **report**, presentazione e discussione in profondità dei risultati in un **workshop, divulgazione estensiva** dei risultati di sintesi attraverso vari canali.
- 2 «**CEL Talks**»: workshop con finalità di «ispirazione» su vari temi. Format: circa 30 minuti di presentazione da parte di un docente, e poi circa 60 minuti di Q&A. Esempi possibili di argomenti: Leveraging artificial intelligence in sales, Il lato oscuro della forza (di vendita), L'umorismo come leva manageriale, Il sabotaggio involontario nelle organizzazioni commerciali. Uno sarà trasmesso tramite webinar.
- 1 **workshop** «*Insights for managerial practice*» su tema proposto/scelto dai partner. Format: tavola rotonda fra i manager dei partner con confronto, guidato da docenti SDA Bocconi, su pratiche manageriali concrete relative a quell'argomento.
- **Testimonianze di manager** dei partner in vari corsi su temi commerciali della SDA Bocconi e dell'Università Bocconi.
- Coinvolgimento dei partner per **realizzazione di mini-casi** da pubblicare in un libro manageriale ad elevata tiratura.

N.B.: il piano definitivo dipende dal numero di partner coinvolti, e dalle conseguenti risorse disponibili



7. Come diventare partner del CEL

Per realizzare i suoi ambiziosi obiettivi il CEL si avvale del contributo di idee ed esperienze, del coinvolgimento attivo e del supporto economico di partner aziendali.

Sono previsti due diversi livelli di coinvolgimento, ai quali corrispondono sponsorship e benefici/servizi differenziati (si veda la tabella):

- **Main Partner**
- **Partner**



I Partner del CEL contribuiscono al suo successo apportando anche partecipazione, energia, passione, know-how, visibilità attraverso i propri canali di comunicazione e i propri network.



7a. I servizi previsti: «Partner» e «Main Partner»

Servizi del CEL	Partner	MAIN Partner
Partecipazione allo Steering Committee del CEL	SI	SI
Influenza sulle decisioni strategiche dello Steering Committee (es. focus della ricerca e incontri manageriali)	NO	SI
Accesso al full report della ricerca annuale del CEL	SI	SI
Possibilità di personalizzazione del report di ricerca quantitativa sulla propria Rete coinvolta nel progetto	NO	SI
Partecipazione di propri executive e/o clienti ai due «CEL Talks/Insights»: <i>1-2 meeting manageriali annuali</i>	Fino a 5 pax	Fino a 10 pax
Partecipazione di propri executive e/o clienti al webinar annuale del CEL	SI	SI
Possibilità di testimonianze aziendali on Campus in ottica di reputation, branding e talent scouting (università, master)	MEDIA	ALTA
Partecipazione al progetto editoriale SDA Bocconi (pubblicazione di una collana di management con libro dedicato al sales management)	SI	SI
Agevolazioni (sconto del 10%**) per iscrizioni ai corsi di formazione open market di SDA Bocconi	SI	SI
Agevolazioni per iscrizioni all'Executive Master in Marketing & Sales di SDA Bocconi	SI	SI
Visibilità su comunicazioni CEL (SDA Bocconi e esterne)	MEDIA	ALTA

** agevolazione del 10% non cumulabile con altre agevolazioni **



7b. I servizi opzionali per il Main Partner

In aggiunta ai servizi riportati in tabella, il Main Partner ha la possibilità di aggiungerne uno a scelta tra i seguenti:

- **speech manageriale breve** (1-2 ore) di un docente SDA, a Milano e zone limitrofe, su tema «commerciale» (marketing/sales);
- **realizzazione di un caso aziendale ad hoc;**
- **webinar** per la propria organizzazione su temi riguardanti il CEL (durata circa 1 ora).



8. Il Faculty Team del CEL – Contatti



Paola Caiozzo

SDA Professor di Organization



Paolo Guenzi

SDA Professor di Marketing
& Sales



Marco Aurelio Sisti

SDA Professor di Marketing
& Sales

Contatti



prof. Marco Aurelio Sisti

Cell. +39 335 8324350 - Uff +39 02 5836.6508

SDA Bocconi School of Management

Via Bocconi 8, 2019 Milano

marco.sisti@sdabocconi.it

