



  
studio maggiolo pedini associati  
marketing & management

PARTNER D'IMPRESA DAL 1985

MARKETING | MANAGEMENT CONSULTANCY | LEARNING IN HOUSE

## lo studio professionale

Sin dal 1985, il metodo di lavoro adottato dal nostro studio, non prevede l'impiego di criteri "industriali" di standardizzazione delle procedure, bensì progettiamo, con il cliente e per il cliente, la soluzione formativa o consulenziale più adatta al caso in esame.

I nostri interventi professionali sono finalizzati a:

- **gestione progetti formativi in house**
- **definizione piani e programmi commerciali**
- **determinazione e valutazione dei punti forti e di miglioramento aziendali**
- **determinazione delle politiche di promozione**
- **definizione del piano di marketing**
- **implementazione del sistema C.R.M. (customer relationship management) aziendale, valutazione e scelta del software applicativo maggiormente adatto**
- **analisi dell'organizzazione interna e valutazione dei workflow operativi**
- **analisi del clima aziendale**

Il fondatore dello studio, Daniele Maggiolo, svolge la libera professione dal 1985 e dal 1996 è consulente di direzione aziendale certificato, C.M.C. *Certified Management Consultant* (n. cmc-it 0098-A).

Il partner associato Mara Pedini, approda alla consulenza di direzione dopo diverse e significative esperienze manageriali, occupandosi della definizione di strategie di marketing e di organizzazione commerciale nei paesi del nord Europa.

Lo studio è accreditato presso diverse associazioni di categoria, sia per attività di formazione, sia di consulenza agli associati, oltre a collaborazioni professionali con numerose società di consulenza e di formazione.

## Referenze

### enti

---

Ferrovie dello Stato (VE); Comune di Alano di Piave (TV); ITCG "De Nicola" (PD); Veneziana Gas (VE); A.C.T.V. (VE); PromoPadova (PD);

### società di servizi e formazione

---

I.S.P. (BO); Sinnea International (BO); Studio Centro Formazione (VI); Socrates (VE); Banco San Marco (VE); Productivity&Business (MI); Consorzio Equipe (VE); B.M.G. (BG); API FIN (PN); Sogeco CNA (CR); Progetto Donna (BO); Studio G (BO); New Progress (BO); I.V.L. (VE); Banca Credito Cooperativo (PD); Cesar (VI); Studio Cappello (PD); F.N.D.I. federaz. Nazion. Distr. Industriale (MI); Helmut Rauch (VR); Modi Nuovi (TV); Arcadia Consulting (TV); Gu&Gi srl (TV); Form&r srl (PD); Ceccarello Innovazione (PD); StudioConsel (PD);

### associazioni di categoria

---

Associazione Artigiani Castellani (TV); Ascomarca (TV); Centro Servizi (TV); Ecipa Veneto (VE); CO.PRO.IN. (PD); Cna (PD); Cna (TV); Cna Oderzo (TV); Cna Asolo (TV); Cna Conegliano (TV); Cna Castelfranco (TV); Cna Pieve di Soligo (TV); Ecipa Lombardia (MI); Cna Mantova (MN); Cna Cremona (CR); Cna Pavia (PV); Cna Brescia (BS); Ass. Industriali (UD); Ass. Industriali (RE); Ass. Industriali (PN); Ass. Industriali (PD); Ascom (VE); Ascom (BL); UPA formazione (PD); UPA Servizi (PD); Unione Artigiani Vicenza (VI); Unione Artigiani Trento (TN); Ecipar (BO); Ascom (BO); Confartigianato (ROMA); Fiavet (PD); Apindustria (PD); Apindustria (VE); Cna Lecco (LC); Cna Como (CO); CNA Piacenza (PC);

## learning in house

Siamo convinti che ogni azienda sia una realtà unica, con propria identità e specifici problemi i quali vanno affrontati in modo esclusivo con interventi di formazione progettati e realizzati "su misura", proprio come un abito sartoriale di buona fattura.

Per organizzare un corso di formazione in house, non è necessario riunire un numero elevato o minimo di partecipanti e l'investimento necessario per organizzare un simile evento è da considerarsi praticamente simile a quanto normalmente investito per l'acquisto di formazione a "pacchetto" se non addirittura inferiore.

Tutti i nostri moduli di formazione sono appositamente predisposti per essere adattati alla realtà aziendale e di business del committente e si prestano agilmente ad una loro integrazione per la predisposizione di percorsi formativi incentrati sulle criticità da affrontare.

### **VANTAGGI DELLA FORMAZIONE IN HOUSE**

- Flessibilità del calendario
- Risparmio economico
- Ottimizzazione dei tempi
- Riservatezza sugli argomenti e contenuti
- Non sono necessarie trasferte del personale
- Programmi formativi personalizzati ed esclusivi
- Uso del linguaggio aziendale
- Concentrazione sui problemi aziendali
- Miglioramento del clima aziendale
- Diffusione di cultura aziendale comune
- Migliore collaborazione tra i partecipanti
- Esercitazioni e roleplay progettati su casi aziendali
- Feedback immediato e personalizzato
- Definizione di specifiche azioni di rinforzo

## Fasi learning in house

### FASE 1

- STUDIO BUSINESS AZIENDALE

### FASE 2

- ANALISI FABBISOGNI FORMATIVI
- DEFINIZIONE OBIETTIVI FORMATIVI

### FASE 3

- PROGETTAZIONE PERCORSO FORMATIVO
- PROGETTAZIONE STRUMENTI DIDATTICI
- PROGETTAZIONE SIMULAZIONI E ROLE PLAY
- PROGETTAZIONE STRUMENTI VALUTAZIONE

### FASE 4

- VALUTAZIONE FEEDBACK

### FASE 5

- PROGETTAZIONE AZIONI DI RINFORZO

## Progetti formativi

### ■ area commerciale

#### **TECNICHE DELLA VENDITA PROFESSIONALE**

il nostro **metodo esclusivo** basato sul sistema della trattativa per fasi e sui fondamentali della vendita

#### **GESTIONE DELLA RETE DI VENDITA**

come condurre, organizzare e motivare un gruppo di venditori (ad uso di capi area, responsabili alle vendite, capi gruppo,)

#### **IL VENDITORE COME ESATTORE**

tecniche di negoziazione per il recupero dei crediti, ad uso del personale commerciale

### ■ area marketing

#### **MARKETING E VENDITE IN TEMPO DI CRISI**

il marketing può fare molto per l'economia, ma non si può fare economia di marketing ....

#### **ESPORRE IN FIERA E MARKETING FIERISTICO**

cosa fare prima, durante e dopo una manifestazione fieristica

#### **C.R.M. Customer Relationship Management**

progettare ed implementare il proprio esclusivo sistema C.R.M.

### ■ area management

#### **GESTIONE DELLE RIUNIONI OPERATIVE**

organizzare correttamente una riunione di lavoro significa dare la massima soddisfazione ai partecipanti e raggiungere meglio e prima i risultati auspicati

#### **GESTIONE DEI RECLAMI DEI CLIENTI**

un cliente che reclama ci dà un consiglio gratuito su ciò che dobbiamo migliorare

#### **SOLLECITO E RECUPERO DEI CREDITI**

per aiutare le aziende ad adottare una strategia per il sollecito, il recupero e la gestione dei crediti insoluti

## Management consultancy

Lavorare bene, realizzare e vendere prodotti di qualità non è più sufficiente per garantire e mantenere il giusto margine di profitto, perché all'interno di ogni azienda esistono molte aree di erosione che, in modo subdolo, ostacolano quotidianamente il lavoro dell'imprenditore e gli impediscono di raggiungere i livelli di profittabilità aziendali indispensabili alla sopravvivenza stessa dell'azienda.

Queste le esigenze fondamentali di ogni imprenditore:

- **NECESSITA' DI VERIFICARE** dove sta andando la propria impresa, dove vuole arrivare e se è dotata di tutto ciò che serve per affrontare gli anni futuri: orientamenti strategici, programmi di sviluppo commerciale e piani di marketing congruenti rispetto alle risorse disponibili ed agli obiettivi fissati.
- **NECESSITA' DI OPERARE DIVERSAMENTE:** l'imprenditore deve imparare dal passato ma guardare al futuro e dotarsi degli strumenti operativi di marketing che, al di là della tipologia del business e dalle dimensioni della sua azienda.

## Fasi intervento di consulenza

### **VALUTAZIONE POSIZIONAMENTO STRATEGICO**

ANALISI SITUAZIONE  
ECONOMICO-  
FINANZIARIA AZIENDALE

ANALISI COMPOSIZIONE  
QUALITATIVA E  
QUANTITATIVA  
PORTAFOGLIO CLIENTI

ANALISI PROCESSI  
DECISIONALI E  
WORKFLOW OPERATIVI

ANALISI FATTORI  
ABILITANTI O  
CONDIZIONANTI IL  
BUSINESS AZIENDALE

**DEFINIZIONE OBIETTIVI E BUDGET**

**PREDISPOSIZIONE PIANI DI MARKETING**

## Servizi di consulenza

- **area commerciale**
  - **ANALISI REDDITIVITÀ DELLA RETE DI VENDITA E VALUTAZIONE PROCEDURE DI CONTROLLO**
  - **VALUTAZIONE DEI MERITI E DELLE POTENZIALITÀ DELLA FORZA VENDITA**
- **area marketing**
  - **REDAZIONE BUSINESS PLAN PER COSTITUZIONE NUOVE AZIENDE, LANCIO DI NUOVI PRODOTTI, POTENZIAMENTO RETI O ZONE COMMERCIALI**
  - **PROGETTAZIONE E/O REVISIONE DI STRATEGIE COMMERCIALI E PIANI DI MARKETING**
  - **PROGETTAZIONE ED IMPLEMENTAZIONE SISTEMI C.R.M.**
  - **VALUTAZIONE DEL POSIZIONAMENTO STRATEGICO**
  - **ANALISI REDDITIVITA' E POTENZIALE SVILUPPO DEL PORTAFOGLIO CLIENTI**
- **area management**
  - **ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE**
  - **ANALISI DELL'ORGANIZZAZIONE INTERNA, DEI COLLEGAMENTI INTERFUNZIONALI E VALUTAZIONE WORKFLOW OPERATIVI**



**via Mons. Daniele Comboni, 3 Padova 35136**

**tel 049-8900499 | fax 049-7840399 | Cell 328-6241003**

**[www.studiomaggiolo.it](http://www.studiomaggiolo.it) | [info@studiomaggiolo.it](mailto:info@studiomaggiolo.it)**

**MARKETING | MANAGEMENT CONSULTANCY | LEARNING IN HOUSE**