

Strategie di Go-To-Market. Dallo sviluppo del prodotto al successo delle imprese: analisi del contesto competitivo, qualità della strategia e costruzione del business plan

Organizzato da Fondazione D³4Health

Date: 25-26 Giugno e 1-3 Luglio 2026

Obiettivo della formazione: fornire strumenti operativi e *best practice* per migliorare l'ingresso e il posizionamento dei prodotti e servizi sul mercato.

Approccio didattico: approccio pratico e concreto, basato su casi aziendali reali, strumenti manageriali e momenti di confronto tra partecipanti, che potranno anche presentare e discutere le proprie strategie e i piani di sviluppo futuri.

Quota di partecipazione: Euro 50

Programma

Giovedì 25 giugno (Spazio Plus - Aosta)

- 10.00 – 11.00 **Presentazione del corso**
- La strategia aziendale e il successo delle imprese
- 11.00 – 11.15 *Coffee break*
- 11.15 – 13.00 **I tratti distintivi di una strategia di successo**
- La chiarezza della mission
- La coerenza delle scelte a livello di business
- 13.00 – 14.00 *Pausa pranzo libera*
- 14.00 – 15.45 **I tratti distintivi di una strategia di successo**
- Il vantaggio competitivo di costo
- Il vantaggio competitivo di prezzo
- 15.45 – 16.00 *Coffee break*
- 16.00 – 17.30 **I tratti distintivi di una strategia di successo**
- Le attività alla base del vantaggio competitivo
- Le risorse alla base del vantaggio competitivo

Cena sociale (a carico dei partecipanti)

Venerdì 26 giugno (Spazio Plus - Aosta)

- 9.00 – 11.00 **L'analisi di settore e dei concorrenti**
- La redditività del settore
- I raggruppamenti strategici
- 11.00 – 11.15 *Coffee break*
- 11.15 – 13.00 **L'analisi di settore e dei concorrenti**
- Le dinamiche di settore
- 13.00 – 14.00 *Pausa pranzo libera*

14.00 – 15.45

Le scelte di marketing

- Il posizionamento del prodotto e il valore offerto al cliente
- I canali e le attività di comunicazione
- Il pricing

15.45 – 16.00

Coffee break

16.00 – 17.30

Le scelte di marketing

- I canali commerciali e l'organizzazione della rete di vendita
- Il CRM e la gestione della relazione con i clienti

Mercoledì 1 luglio (online)

9.00 – 11.00

La costruzione del business plan

- La definizione degli investimenti
- La stima dei ricavi e dei costi
- L'analisi dei flussi di cassa

11.00 – 11.15

Break

11.15 – 13.00

La valutazione del business plan

- La redditività delle vendite
- La redditività degli investimenti
- La valutazione dei dei fabbisogni finanziari

Venerdì 3 luglio (online)

14.00 – 15.45

La valutazione del business plan

- La redditività delle vendite
- La redditività degli investimenti
- La valutazione dei dei fabbisogni finanziari

15.45 – 16.00

Break

16.00 – 17.30 **La comunicazione del business plan agli stakeholder**

Docente Prof. Carmine Tripodi.



Carmine Tripodi è professore associato di Strategia Aziendale presso l'Università della Valle d'Aosta e professore a contratto di Strategia Competitiva presso l'Università Commerciale L. Bocconi di Milano. Il prof. Tripodi è anche docente della SDA Bocconi Business School, dove ha lanciato e diretto numerosi programmi di formazione manageriale per le piccole e medie imprese. Inoltre, il prof. Tripodi ha maturato oltre 20 anni di esperienza nel campo della consulenza strategica delle PMI, su settori di differente natura.