				<b>Learning Course &amp; Seminary</b>		01.LCS.part03
				<b>Il sistema 3DSPLUS</b>		<b>Pag. 1 di 6</b>
<b>Rev.</b>	<b>00</b>	<b>del</b>	<b>21.05.16</b>			


# IL SISTEMA **3DSPLUS**

## MARKETING MANAGEMENT

It is not luck. **It is method.**



00	21.05.2016	I^ EMISSIONE	Dott. Nicolò Castello	Dott. Nicolò Castello
<b>rev.</b>	<b>data</b>	<b>causale</b>	<b>redazione</b>	<b>approvazione</b>

				<b>Learning Course &amp; Seminary</b>		01.LCS.part03
				<b>Il sistema 3DSPLUS</b>		
Rev.	00	del	21.05.16			

## 1. Destinatari


L'attività formativa/seminariale si rivolge ai seguenti soggetti:

- studenti che frequentano la scuola superiore o l'università, preferibilmente ad indirizzo economico-aziendale, giuridico o tecnico;
- diplomati e laureati preferibilmente in discipline economico-aziendali, giuridiche o tecniche;
- imprenditori;
- agenti di commercio che intendono riqualificarsi come consulenti tecnico-commerciali;
- management delle aziende;
- professionisti del settore economico-aziendale, giuridico o tecnico.

**Il livello di approfondimento delle materie trattate e la complessità del corso verranno graduati in base alla categoria di appartenenza dei partecipanti.**

**Si consiglia pertanto di rivolgere l'attività formativa/seminariale a soggetti appartenenti a categorie quanto più omogenee.**

## 2. I contenuti

				<b>Learning Course &amp; Seminary</b>		01.LCS.part03
				<b>Il sistema 3DSPLUS</b>		
Rev.	00	del	21.05.16			

Il sistema o schema 3DSPLUS è un modello strategico, organizzativo, matematico e documentale che permette di condurre le azioni aziendali riconducibili alla commercializzazione di prodotti e servizi in modo ordinato, efficiente e redditizio.

**Modello strategico:** permette di analizzare i risvolti economici delle diverse alternative di marketing mix (product, price, place, promotion) considerate dall'azienda, allo scopo di facilitare la scelta della combinazione ottimale.

**Modello organizzativo:** prevede l'insieme delle attività da realizzare, dei soggetti coinvolti (forza vendite indiretta quali agenti, procacciatori, broker e mediatori) e delle modalità che saranno utilizzate per coordinare i contributi di questi soggetti al fine di vendere un prodotto e/o un servizio. In particolare, il modello organizzativo adottato prevede uno sviluppo autoctono e virale della forza vendite indiretta secondo le seguenti modalità: Esso prende le mosse dai modelli di network marketing, si tratta pertanto di un sistema di vendita di prodotti e servizi basato su una rete di venditori ognuno dei quali ha la possibilità di creare, a sua volta, una propria rete di vendite ma non oltre il terzo livello: director, manager e agent.

**Modello matematico.** Lo schema 3DSPLUS è un modello economico di vendita basato su una serie di elaborazioni e di concetti puramente matematici:

- calcolo di prezzi diversificati in relazione alle scelte di trade marketing (tecniche di marketing indirizzate al distributore);
- lo sviluppo autoctono e virale della forza vendite indiretta è pianificabile secondo la sequenza di Fibonacci, facilitando il calcolo delle previsioni di ricavo;
- calcolo delle commissioni in presenza di forza vendita indiretta (agenti, procacciatori, broker e mediatori);
- calcolo delle commissioni lorde e nette in relazione alle previsioni legislative del mercato target;
- calcolo dei compensi in favore del management amministrativo, tecnico e commerciale.

**Modello documentale.** Le scelte di marketing sono dettagliate nei documenti su cui si baserà tutta la politica commerciale dell'azienda:

- *informazioni tecniche del prodotto e/o del servizio;*
- *imballaggio primario, secondario e terziario;*
- *trasporti e logistica, tempi di consegna;*
- *clienti del mercato obiettivo, listino prezzi, tabella sconti, termini di pagamento;*
- *tabella delle provvigioni previste nel caso di ricorso alla forza vendite indiretta.*

### 3. Articolazione del corso/seminario

3.a) Il sistema 3DS+ come modello di marketing ed export marketing management.

3.a.1) Il 3dsplus come modello strategico

3.a.2) Il 3dsplus come modello organizzativo

3.a.3) Il 3dsplus come modello matematico

				<b>Learning Course &amp; Seminary</b>		01.LCS.part03
				<b>Il sistema 3DSPLUS</b>		
Rev.	00	del	21.05.16			

- 3.a.4) Il 3dsplus come modello documentale
- 3.b) Le basi del 3DSPLUS: il marketing mix.
- 3.b.1) Il “product” nel sistema 3dsplus
- 3.b.2) Il “price” nel sistema 3dsplus
- 3.b.3) Il “place” nel sistema 3dsplus
- 3.b.4) La “promotion” nel sistema 3dsplus
- 3.c) Caratteristiche del sistema 3dsplus.
- 3.d) A chi è rivolto.
- 3.e) In quali condizioni è possibile applicare il sistema 3DSPLUS.

4. Totale ore di formazione previste nel progetto

1 incontro formativi di 3 ore

5. Esiti attesi dall'intervento

Sviluppo della competenze necessarie per l'implementazione della politica commerciale<sup>1</sup> all'interno di una PMI, indipendentemente dall'attività svolta.

In particolare:

- analisi dei risvolti economici delle diverse alternative di marketing mix (product, price, place, promotion);
- previsione dell'insieme delle attività da realizzare, dei soggetti coinvolti (forza vendite indiretta quali agenti, procacciatori, broker e mediatori) e delle modalità che saranno utilizzate per coordinare i contributi di questi soggetti al fine di vendere un prodotto e/o un servizio;
- calcolo di prezzi diversificati in relazione alle scelte di trade marketing (tecniche di marketing indirizzate al distributore);
- calcolo delle commissioni in presenza di forza vendita indiretta (agenti, procacciatori, broker e mediatori).

Lo sviluppo delle predette competenze sarà facilitato dall'utilizzo del software 3DSPLUS che semplifica l'analisi economica delle diverse alternative di marketing mix e dei calcoli sopra dettagliati, fondamentali per l'implementazione della politica commerciale di una azienda.

6. Se previste collaborazioni con Società, Enti e Atenei, specificare tipo di collaborazione, ruolo di singoli partner coinvolti e modalità attuative.

L'evento formativo è realizzato in partnership con università, enti di formazione, società di consulenza, associazioni di categorie e professionali, che si occuperanno di quanto segue:

- a) Promozione dell'iniziativa;
- b) Segreteria organizzativa;
- c) Disponibilità dei locali ove espletare le attività formative e/o predisposizione di eventuali

<sup>1</sup> Nella politica commerciale vengono esplicitate le scelte di marketing mix e di trade marketing perfezionate dall'azienda, gli sconti in relazione al distributore e le provvigioni in caso di ricorso alla forza vendita indiretta (agenti, procacciatori, broker e mediatori).

				<b>Learning Course &amp; Seminary</b>		01.LCS.part03
				<b>Il sistema 3DSPLUS</b>		
Rev.	00	del	21.05.16			

dispositivi di video-conference in caso di ricorso alla FAD;

d) Preparazione degli attestati di partecipazione;

7. Specificare tipo di collaborazione offerta al partner

a) Progettazione dell'intervento;

b) Svolgimento delle lezioni per un numero di ore pari a 3.

8. Sede/i di svolgimento

A cura del partner

9. Attestato

Alla fine del corso, a coloro che hanno partecipato all'attività formativa programmata, si rilascerà il relativo attestato di partecipazione.

10. Strumenti didattici

Ai corsisti verranno consegnati i seguenti supporti didattici:

- Slide;
- il libretto informativo: "Il Sistema 3DSPLUS" di Nicolò Castello;
- E-book: Export management, un metodo pratico/3dsplus di Nicolò Castello;
- Check-up aziendale sul marketing.


Durante il seminario sarà utilizzato il Software 3dsplus B.

11. Modalità e condizioni di erogazione

- Formazione frontale
- Formazione a distanza in video-conference live

N° minimo di iscritti: su richiesta

12. Docente

				<b>Learning Course &amp; Seminary</b>		01.LCS.part03
				<b>Il sistema 3DSPLUS</b>		
Rev.	00	del	21.05.16			

**Nicolò Castello.** Laureato in Economia et Commercio è iscritto all’Albo dei Dottori Commercialisti e al Registro dei Revisori Contabili.

Inizia la sua attività professionale nella seconda metà degli anni 90’, occupandosi di contabilità generale, bilanci, societario ed operazioni straordinarie.

Nello stesso periodo progetta un incubatore d’impresa innovativo caratterizzato dall’assenza di una struttura fisica di incubazione, finanziato nel 2002 dalla Provincia Regionale di Palermo ed in seguito dalla Regione Sicilia.

Dal 2007 assume l’incarico di controller presso diverse imprese industriale di media dimensione, guidandole verso un progressivo miglioramento dei conti e del rating bancario. Negli anni successivi si occupa di export management per conto di imprese manifatturiere italiane, bosniache, serbe e albanesi.

Nel 2013 viene nominato coordinatore del Gruppo di Studio “Internazionalizzazione delle imprese e delle attività professionali” presso l’Ordine dei Dottori Commercialisti di Palermo.

Il primo settembre del 2015 assume l’incarico di *consulente economico da parte di un partito serbo dell’attuale maggioranza* ed il 15 ottobre 2015 viene nominato *rappresentante autorizzato del "Business club Russo-Serbo" di Belgrado (Serbia)*.

Il suo modello di marketing management, denominato “3DSPLUS” o “schema di Castello”, ha riscosso molto interesse ed oggi rappresenta oggetto di studio presso le facoltà di economia *Luigj Gurakuqi di Shkodres (Albania)* e la *Ekonomskog fakulteta Univerzitetu u Kragujevcu (Serbia)*.

Numerosi gli interventi come relatore in convegni e seminari organizzati dall’Ordine dei Dottori Commercialisti, Unicredit e Confindustria.

Ad aprile del 2016 è stato pubblicato dalla casa editrice Edizioni Arianna, il libro “Export Management. Un metodo pratico/3DSPLUS”, che sintetizza la metodologia di marketing messa a punto dall’autore.