



la, al museo Ferruccio Lamborghini il primo metodo italiano di vendita che integra intelligenza artificiale

Descrizione

Dal 20 al 22 maggio 2026 il museo Ferruccio Lamborghini ospita l'edizione 2026 di Venditore Vincente, il programma di formazione commerciale di Frank Merenda. Per la prima volta un metodo italiano fa dell'uno strumento strutturale della vendita, non un accessorio. Il sistema è costruito su sette meccanismi psicologici documentati dalla letteratura scientifica internazionale che spiegano il comportamento del cliente italiano. Le piccole e medie imprese italiane sanno costruire prodotti straordinari, ma non sanno venderli. È il paradosso che da decenni accompagna la manifattura del Paese e che Venditore Vincente, il principale programma italiano di formazione commerciale per imprenditori, manager e venditori di PMI ideato da Frank Merenda, affronta nell'edizione 2026 ospitata dal 20 al 22 maggio dal Museo Ferruccio Lamborghini di Casette di Funo, in provincia di Bologna. La scelta della cornice è programmatica.

L'Italia ha la cultura del prodotto, non quella della vendita, spiega Frank Merenda. Sappiamo costruire cose straordinarie e non sappiamo posizionarle, raccontarle, venderle al prezzo che meritano. Ferruccio Lamborghini è il simbolo opposto: un artigiano che ha trasformato un'idea differenziante in un brand globale. È esattamente il salto che alle nostre PMI manca.

L'edizione 2026 introduce un cambio strutturale rispetto a qualsiasi corso di vendita italiano fino a oggi. L'intelligenza artificiale non è una sezione accessoria del programma, ma un asse portante del metodo proprietario di Merenda: uno strumento di lavoro quotidiano che il venditore impara a usare per profilare il cliente prima della trattativa, analizzare in modo sistematico le sette fonti pubbliche disponibili online, anticipare le obiezioni e arrivare all'incontro con un vantaggio informativo che la concorrenza non ha. Il messaggio del corso è esplicito: nel 2026 il vantaggio competitivo nella vendita non è più solo nel talento del venditore, è nella qualità della preparazione. E la preparazione, oggi, si fa con l'AI o non si fa. Venditore Vincente è il primo programma italiano di vendita che fa di questo principio la propria architettura.

Il secondo elemento di originalità è la base scientifica. Il punto di partenza del metodo non è la tecnica, ma una diagnosi clinica del comportamento del cliente italiano: sette meccanismi psicologici documentati dalla letteratura scientifica internazionale che spiegano perché vendere in Italia è un

mestiere diverso da vendere altrove. Tra i principali: il locus of control esterno teorizzato da Julian Rotter nel 1966, il cliente che aspetta un momento giusto che non arriva mai. La dissonanza cognitiva di Leon Festinger del 1957, il cliente che difende il fornitore storico per non ammettere trent'anni di scelte sbagliate. La minaccia identitaria teorizzata da Claude Steele nel 2002, il cliente che fa l'esperto di tutto e non può ammettere di non sapere. Il conformismo al gruppo di Solomon Asch del 1951, il cliente che delega la decisione al cugino.

Su questa diagnosi Merenda ha costruito un sistema operativo di sette fasi della trattativa, ognuna pensata come contromisura specifica a uno o più di questi meccanismi. Il programma si sviluppa in tre giornate e attende 350 partecipanti provenienti da tutta Italia. Negli anni Venditore Vincente ha formato oltre 10.000 tra imprenditori, dirigenti commerciali e venditori delle PMI italiane.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 21, 2026

Autore

redazione

default watermark