

Giovanni Luigi Maria Manera

<https://www.linkedin.com/in/giovanni-manera-3b3a783/>

Mob. +39 3202308350

gmanera@gruppoarete.it

Nato a Torino il 3 Gennaio 1954, Giovanni Luigi Maria Manera vive e risiede a Milano. E' owner e partner di Gruppo Areté srl, con sede a Milano (business unit Marketing, vendite e formazione nel B2B).

Studi & Percorso professionale

Dopo il Diploma di Liceo Scientifico e la Laurea in Scienze Fisiche conseguita all'Università degli Studi di Milano nel 1979, Manera ottiene un diploma di specializzazione in marketing operativo post Laurea alla Università Bocconi (corso biennale). Lingue straniere: inglese fluente.

La focalizzazione della sue competenza riguarda la disciplina di Marketing relazionale e le metodiche sviluppate conciliano studi e consulenze sono in via di conferma in un PhD che riguarda la gestione di modelli di business pluri-relazionali. La disciplina è stata sviluppate in progetti nella gestione dei clienti, dei fornitori e di tutti gli stakeholder organizzativi.

La formazione è iniziata negli Anni 80 in Xerox Italia, che è stata un' importante 'scuola' di vendita, nell'ICT per intere generazioni. Manera affianca da sempre studio e pratica per garantire il massimo aggiornamento e possibilmente anche vere e proprie soluzioni innovative ed esclusive.

Fino al 2000, Manera ha svolto attività professionale in primarie multinazionali (oltre a Xerox: Gruppo ITT, Wang, Olivetti), in aziende e di linee di business di PMI nascenti o da riposizionare, fino alla direzione commerciale di due System Integrator nell'ICT operanti a livello nazionale fino al ruolo di direttore commerciale di un system integrator.

DAL 2000

- Consulenza nel B2B in area marketing e vendite.

Dopo aver partecipato al network internazionale di consulenti dell'americana Value Selling (California), specializzata nella revisione dei processi commerciali, partecipando a progetti internazionali, Manera ha sviluppato proprie metodiche proprietarie su base relazionale per la differenziazione dei modelli di business e dei processi commerciali. La sua 'Teoria dei tubi', focalizzata sui modelli multicanale indiretti, viene applicata con successo in differenti settori industriali; per citare i casi più recenti e attivi: ICT, Sistemi di Stampa, Ristorazione, Edilizia, Accessori moto, Elettroforniture industriali, Idro Termo Sanitario, Incentive e Viaggi, Integratori alimentari naturali, Società di Servizio, Moto.

Formazione alle vendite.

- ✓ Dal 2007 Manera è docente da oltre 20 anni, per l'area commerciale all'Istituto Superiore di Formazione ISFOR 2000 di Brescia di AIB (Associazione Industriali Bresciana), sia per i corsi multiaziendali sia per progetti studiati per lo sviluppo del business di singole aziende.
- ✓ Inoltre, è stato docente presso la Fondazione Istituto Tecnico Superiore Jobsacademy di Bergamo, nel corso di Marketing Internazionale.
- ✓ E' membro interno di scuole di formazione aziendali, in particolare: produttori nel settore idrotermosanitario, elettroforniture, sistemi di stampa multifunzione (in questo ambito forma sia i venditori diretti sia i venditori del canale per aumentare il sellout).
- ✓ Manera ha infine una propria offerta formativa presentata in <https://crmintelligentschool.it/> dove si può scegliere in una gamma di servizi che agiscono con coerenza di vision tra loro sull'intero processo commerciale (marketing, vendite, post vendita e CRM) dell'organizzazione. In tal modo l'azienda si assicura un approccio sistematico ai propri clienti evitando pericolosi disallineamenti.

Il metodo: tutta la formazione erogata da Manera fa riferimento a metodologie consolidate - descritte qui

<https://crmintelligentschool.it/metodi> la possibilità di approfondimenti personali attraverso altri corsi o la letteratura scientifica.

La didattica applica i dettami delle Neuroscienze, prevede quindi il continuo coinvolgimento dei partecipanti con esercizi pratici; i concetti vengono 'venduti' e non illustrati, in modo da verificare l'apprendimento contestualmente al corso.

I contenuti: i corsi per le aziende sono personalizzati sugli obiettivi di business del cliente.