

---

# TECNICHE DI VENDITA - BASE

---

BUSINESS SKILLS

## DESCRIZIONE

---

Nelle vendite complesse concorrono alla conclusione positiva della trattativa diversi attori, ciascuno con i propri bisogni da soddisfare ed un proprio processo decisionale da rispettare. Il corso fornirà ai partecipanti gli strumenti per governare il processo commerciale in ogni fase, con più chiavi di lettura e conseguentemente più opzioni di comportamento. Il fine di aumentare l'efficacia delle attività commerciali, interpretare il portfolio offerte per prendere le decisioni più adatte sulle azioni da intraprendere per raggiungere gli obiettivi di vendita. La metodologia sarà fortemente interattiva e implicherà i partecipanti, attraverso esercitazioni, simulazioni, autocasi e casi proposti dai docenti. Dall'analisi di esempi forniti dal docente e di casi sottoposti dai partecipanti si elaborerà una chiave di lettura della vendita che permette di conoscere cosa si aspetta il cliente durante una trattativa, quale sarà la sua prossima mossa e come lavorare per condurre il gioco senza restare in balia delle indecisioni del cliente.

## PROGRAMMA

---

## PROGRAMMA DIDATTICO

- Conosciamoci: le aspettative dei partecipanti e i loro contesti di business come traccia del corso.
- Padronanza degli aspetti verbali, non verbali e vocali nel proporsi al cliente
- Le diverse fasi del processo di vendita
- La preparazione del contatto: la raccolta di informazioni e relativa check-list
- Le specificità del contatto al telefono, via mail e di persona
- Intervistare il cliente e esplorare le motivazioni di acquisto di diversi
- Le argomentazioni di vendita in funzione del contesto specifico
- Come gestire le domande del cliente
- Come superare le obiezioni
- Negoziazione l'accordo e difendere il prezzo
- Guidare il cliente verso la chiusura della vendita
- Analisi dei processi di vendita: differenza tra beni comprati e beni venduti.
- Esercizio come comprano i clienti: analisi dei differenti scenari di business e aspettative dei clienti.
- La struttura del valore: come si influenza la percezione del valore per il cliente.
- Le componenti del processo di vendita.
- Come si differenzia la propria offerta rispetto ai concorrenti e nelle aspettative del cliente.
- Le categorie dei bisogni nelle diverse relazioni con i clienti.
- I ruoli nella trattativa e i relativi comportamenti durante la vendita di tutti gli attori in gioco.
- Il processo commerciale e la valutazione delle opportunità.
- Gli strumenti digitali a supporto del processo commerciale.





## DOCENTI

Docenti Faculty Assolombarda Servizi

## DESTINATARI

Venditori e commerciali, ruoli di post-vendita e tecnici di supporto alle vendite.

Adatto a chi gestisce il rapporto con i clienti; a chi inizia un percorso nel ruolo di commerciale o vuole rinforzare le proprie competenze di commerciale.

## REFERENTI

**Davide Inclimona** (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)  
**Arianna Marchianò** (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

## DATE E PREZZI

**ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA**