TECNICHE DI VENDITA

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il contesto sociale e macroeconomico è cambiato repentinamente con un impatto sui modelli di mercato e i comportamenti nelle dinamiche tra le aziende. Gli studi sulle neuroscienze forniscono spunti per coinvolgere e persuadere con maggiore efficacia i clienti. Contemporaneamente siamo diventati tutti improvvisamente più «digitali» e molti strumenti di gestione delle relazioni con il mercato e con i clienti ci permettono e ci impongono, da ora in avanti, di modificare il nostro modo di comunicare con i clienti nei processi commerciali e negli incontri omnichannel con i nostri interlocutori. Il percorso proposto ha l'obiettivo di analizzare il proprio modo di vendere per scoprire insieme i comportamenti, gli strumenti e i modelli più adeguati per gestire le vendite.

PROGRAMMA

PROGRAMMA DIDATTICO

Nonostante la modalità a distanza il corso sarà interattivo e coinvolgerà i partecipanti con esempi, esercizi ed analis
casi reali.

La gestione del cliente (primi 4 moduli)

- La qualità della comunicazione con il cliente, di persona, da remoto, via telefono e via e-mail
- Capire come si attivano i processi mentali che portano alla decisione di acquisto (neuroscienze)
- Saper intervistare, raccogliere informazioni, esplorare le motivazioni di acquisto di diversi interlocutori
- Le argomentazioni di vendita in funzione del contesto specifico, la persuasività
- Come gestire le domande e le obiezioni del cliente
- Negoziare l'accordo e difendere il prezzo
- Guidare il cliente verso la chiusura della vendita

La gestione dei processi commerciali (4 moduli)

- Analisi del processo di marketing: come si adattano i modelli di vendita ai cambiamento dei contesti
- Come scegliere l'approccio commerciale e il metodo più adatto al proprio mercato
- La costruzione del valore e l'analisi dei bisogni degli interlocutori nella trattativa commerciale
- La Customer Jurney nei contesti di industriali rispetto al consumer: i nuovi modelli per rendere più efficac
  vendite
- Analisi dei nuovi processo di acquisto dei cliente e degli interlocutori nei loro differenti ruoli
- Il processo commerciale e gli strumenti per gestire le attività e interpretare il portfolio offerte

Gli strumenti digitali per vendere (ultimi 2 moduli)

- Assessment delle competenze digitali dei partecipanti e del proprio contesto di di mercato
- Panoramica sull'attuale contesto di riferimento: quanto e come sono digitali gli interlocutori del proprio mercato
- Gli strumenti digitali a servizio delle vendite delle vendite: LinkedIn, Chat, Collaboration, Digital Marketing, CRM
- In quale contesto e come utilizzare lo strumento più adatto nelle relazioni con i clienti

DOCENTI

ENRICA POLTRONEIRI – Laureata in Filosofia, si e? specializzata in Analisi Transazionale nelle organizzazioni (SIMPAT-Roma) e successivamente in creativita? applicata con Hubert Jaoui, della cui societa? (GIMCA – Parigi) e? stata a lungo corrispondente in Italia. Da piu? di vent'anni svolge attivita? di formazione e di consulenza, per multinazionali, grandi aziende, PMI, in Italia ed all'estero. In particolare opera sullo sviluppo di abilita? commerciali, di gestione del cliente, di comunicazione interpersonale. Inoltre gestisce progetti per implementare capacita? creative e di innovazione. E? co-autrice dell'e-book "Cantieri creativi", dedicato a queste esperienze in azienda.

PAOLO GUZZETTI – Laureato in Ingegneria, si e? occupato di analisi dei processi aziendali per poi dedicarsi alle vendite. Specializzato in marketing e gestione delle vendite complesse, ha ricoperto il ruolo di responsabile commerciale e marketing. E? esperto conoscitore delle tecniche di Value Selling ed interprete della creativita? con il Business Model Canvas. Appassionato da sempre di formazione, ha studiato ed elaborato nuove tecniche di gestione dei processi commerciali e di marketing strategico. Partner di Key Project Srl è qualificato nell'albo degli Innovation Manager della Regione Lombardia.

JACOPO FONTANA – Laureato in Ingegneria Gestionale al Politecnico di Milano è consulente presso Key Project Srl dove si occupa di strategia di marketing e riposizionamento aziendale. Esperto conoscitore del processo di marketing e di strumenti per la mappatura e l'analisi dei processi aziendali, è specializzato nello studio dei nuovi trend 4.0 e della loro applicazione finalizzata alla trasformazione digitale delle aziende.

DESTINATARI

Venditori, agenti, responsabili commerciali, ruoli di post-vendita, back-office commerciale, marketing

NOTE

Il corso sarà trasmesso via Microsoft Teams, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno prima del corso.

REQUISITI

- Pc o smartphone
- Buona connessione internet
- Microfono (per eventuali domande che potrebbero comunque essere effettuate via live chat)

REFERENTI

Stefano Colognesi (stefano.colognesi@assolombarda.it / Cell: 345 8674 646)

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA