

Titolo attività formativa

OTTIMIZZARE I RAPPORTI CON I CLIENTI: UN APPROCCIO PRATICO ALLA VENDITA

Tipologia (corso, seminario, ecc.)

CORSO SPECIALISTICO + WEBINAR DI APPROFONDIMENTO

Sede di svolgimento

ON LINE

Obiettivi

Dotare il venditore delle nozioni strategiche per un approccio metodico e di successo alla trattativa. Aumentare la consapevolezza di sé del venditore, acquisire maggior fiducia in sé stessi nella relazione con il cliente in presenza ed on line.

Destinatari e requisiti minimi per partecipazione

Il corso si rivolge a Responsabili vendite, area manager, export manager, Key account, venditori, agenti di commercio.

Durata e frequenza minima

Percorso di base della durata di 12 ore + 5 webinar specialistici di approfondimento della durata di 4 ore.

PROGRAMMA

COME OTTIMIZZARE LE INTERAZIONI CON I CLIENTI: UN APPROCCIO PRATICO ALLA VENDITA	12 ore
<ul style="list-style-type: none">• La vendita negoziale ©: cos'è e i suoi obiettivi• Il Metodo VCS©• Il contesto attuale• L'Intelligenza artificiale come una opportunità• Nozione di complessità• I 3 fattori della complessità• Il venditore e l'evoluzione del ruolo• Le 7 componenti dell'intelligenza emotiva• La relazione col cliente: le basi della fiducia• La comunicazione efficace• L'ascolto attivo e la tecnica delle domande• L'evoluzione del cliente• La qualità• I 3 processi della vendita	

<ul style="list-style-type: none"> • Il contatto col cliente: la telefonata e la videochiamata • La vendita negoziale ©: cos'è e i suoi obiettivi • Il Metodo VCS© • Il contesto attuale • L'Intelligenza artificiale come una opportunità • Nozione di complessità • I 3 fattori della complessità • Il venditore e l'evoluzione del ruolo • Le 7 componenti dell'intelligenza emotiva • La relazione col cliente: le basi della fiducia • La comunicazione efficace • L'ascolto attivo e la tecnica delle domande • L'evoluzione del cliente • La qualità • I 3 processi della vendita • Il contatto col cliente: la telefonata e la videochiamata 	
<p>WEBINAR 1 : IL PREZZO _ Affronta il costo, rivela il valore</p>	<p>4 ore</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Differenza tra prezzo e valore • I motivi d'acquisto del cliente • Prezzo o valore: scegliere strategicamente • Come e quando presentare il prezzo • Il processo di creazione del valore • Gestione delle obiezioni sul prezzo: costa troppo • Il cliente in posizione dominante Simulazioni e casi concreti 	
<p>WEBINAR 2 : CORSO SULLA PREPARAZIONE DELLA TRATTATIVA_ Prepara il terreno: vendi con sicurezza</p>	<p>4 ore</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Performance e tempo • I 6 punti dell'argomentario • Conoscere il cliente: i ruoli d'acquisto • Strategia e tattica • Gli obiettivi contrattuali e la strategia • Differenza tra relazione e forza negoziale • La scheda OAR©: esempio Simulazioni e casi concreti 	
<p>Webinar 3: CORSO SULL'ARGOMENTAZIONE_ Proposte che parlano: argomentazione e chiusura</p>	<p>4 ore</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La comprova: cos'è e il suo obiettivo • Come fare una dimostrazione efficace • Gli strumenti a disposizione per l'argomentazione • Il metodo C.V.B.© • La formula di Blank 	

<ul style="list-style-type: none"> • Come favorire la conclusione • 9+1 tecniche per chiudere 	
Webinar 4: CORSO SULLA GESTIONE DELLE OBIEZIONI_ Obiezioni: sfide o opportunità?	4 ore
<ul style="list-style-type: none"> • La classificazione delle obiezioni • Origini e cause delle obiezioni • Come fare concessioni • Le obiezioni: definizione e origini • Stato emotivo del cliente e sua influenza sulle obiezioni • Prevenire è meglio che curare: il Campo Minato© • 9+1 tecniche per gestire le obiezioni Simulazioni e casi concreti 	
Webinar 5: CORSO SULLO SVILUPPO DEL PORTAFOGLIO CLIENTI_Sviluppa il tuo portafoglio: strategie efficaci	4 ore
<ul style="list-style-type: none"> • Il processo di sviluppo del portafoglio: introduzione e obiettivi • La qualificazione del portafoglio clienti • Come creare un elenco di clienti potenziale • Criteri di scelta nell'ampliamento del portafoglio • Qualificazione e i 4 stadi del cliente • Il contatto con il potenziale cliente: momento chiave nell'espansione • Esempi di uso di ChatGPT Simulazioni e casi concreti 	

Metodologia didattica

I corsi sono strutturati mettendo al centro l'interattività e l'operatività, coinvolgendo i partecipanti in una serie di attività con casi pratici e simulazioni; proiezione di filmati coinvolgenti legati ai temi in discussione; sfidanti quiz e domande aperte tramite una piattaforma interattiva dedicata

Modalità di valutazione

Simulazioni

Materiale didattico

Slide fornite dal docente

Attestato rilasciato

A tutti i partecipanti che avranno frequentato il corso, con la presenza dell'80%, verrà consegnato un **attestato di frequenza**.

Ruoli e competenze docenti

Nome e Cognome: **Alessandro Fumo**

Profilo: fondatore di Vendere con Successo s.r.l. e sales strategist specializzato da oltre vent'anni nel settore della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, area manager e direttore commerciale.

Con oltre 10.000 trattative seguite e 6.000 ore in affiancamento, ha maturato competenze tanto nella vendita di servizi (assicurazioni, logistica, informatica) quanto di beni durevoli (edilizia) e di largo consumo (abbigliamento, alimentari).

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/alessandrofumo/>

Il **Coordinatore del Corso** segue le attività di progettazione ed erogazione del corso, assicurando il rispetto dei tempi e dei livelli qualitativi prefissati, interfacciandosi con il Responsabile Qualità.

Il **Responsabile Qualità** eseguirà i previsti controlli qualità sul corso, anche con ispezioni durante le lezioni, e curerà la soluzione di eventuali reclami, segnalazioni, non conformità anche tramite specifiche azioni correttive.

Il Responsabile Qualità è la **dott.ssa Maddalena Chiumiento**, Tel. 0825 785514, email: ricerchestudi@confindustria.avellino.it