

LA VENDITA

Raggiungere il più efficace mix di istinto e professionalità

- da vendere un prodotto o servizio
- a vendere un'esperienza emozionale

"Esiste solo un capo supremo: il cliente. Il cliente può licenziare tutti nell'azienda, dal presidente in giù, semplicemente spendendo i suoi soldi da un'altra parte"

Sam Walton

Premessa

Esistono da sempre leggende metropolitane sulla vendita e sui venditori del tipo "è capace di vendere i frigoriferi agli esquimesi", basate sull'idea che alla base del successo della vendita vi siano doti innate.

La realtà è diversa e lo sarà sempre di più. L'azione del vendere richiede che si costruiscano delle solide basi professionali per poter utilizzare al meglio le abilità naturali.

Occorre:

- sviluppare segni distintivi rispetto alla pioggia di messaggi che arrivano al cliente;
- sapersi costruire la consapevolezza dello scenario nel quale si opera;
- strutturare gli approcci comunicativi che valorizzano prodotto e servizio.

Il programma:

- **Il cliente**
 - I. Peculiarità dei clienti: bisogni reali/ possibilità economiche e temporali / potenzialità
 - II. Clienti fidelizzati e da fidelizzare
- **La comunicazione nella vendita**
 - III. Comunicazione e vendita: "colui che sa scarsamente comunicare, scarsamente sa vendere..."
 - IV. Motivazioni all'acquisto razionali ed irrazionali: quanta consapevolezza è presente nel cliente?
 - V. Costruire credibilità nell'attività professionale quotidiana
- **Il colloquio di vendita**
 - VI. Dialogare e non fare monologhi con i clienti
 - VII. Porre le basi della fiducia
 - VIII. L'ascolto dei risultati:
 - ↳ nella raccolta di informazioni
 - ↳ nell'individuazione dei valori dei clienti
 - ↳ nell'influenzare la fase di acquisto
- **Il telefono: strumento di comunicazione e fidelizzazione**
 - IX. Caratteristiche della comunicazione telefonica
 - X. Linguaggio da usare e da evitare
 - XI. Stabilire gli obiettivi
 - XII. Parlare con autorevolezza
 - XIII. Prepararsi risposte alle obiezioni
 - XIV. Trasformare lamentele in opportunità

■ Fasi della vendita

- XV. Tecniche per convincere all'acquisto
- XVI. Concludere gli incontri con la stipula di contratti
- XVII. Riflessioni sulle modalità di interazione con i clienti
- XVIII. Valutazioni dei risultati ottenuti

Gli obiettivi:

- implementare le conoscenze sulle tecniche di gestione efficaci durante i colloqui di vendita
 - ↳ comunicazione efficace, efficiente ed assertiva;
- utilizzare il telefono come strumento per raggiungere gli obiettivi di vendita;
- usare il contatto telefonico come opportunità di vendita;
- assumere una mentalità del miglioramento continuo attraverso la riflessione delle singole modalità di agire.

I dettagli:

Attestato	Viene rilasciato (a richiesta) attestato di partecipazione
Trainer	Formatori senior dello staff FORMED con vasta esperienza di formazione e coaching rivolta sia a Organizzazioni e Aziende sia a singoli
Durata	32 ore