

TECNICHE DI VENDITA (3GG)

Obiettivi del corso:

Vendere meglio per vendere di più; padroneggiare con efficacia le tecniche di vendita in tutte le fasi della trattativa e valorizzare al meglio la propria offerta.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

TECNICHE DI VENDITA (3gg)

Le caratteristiche di un venditore di successo:

- sapere (conoscenze);
- saper fare (competenze);
- saper essere (atteggiamenti);

Autoanalisi:

- punti di forza nella vendita;
- aree di miglioramento nella vendita;

Vendere è comunicare: come riuscire ad instaurare un rapporto di fiducia con il Cliente;

- ✂ Le espressioni da evitare:
 - le frasi killer: es. non è un prodotto complicato...
 - le frasi che fanno male alle ginocchia: es. mi scusi per il disturbo
 - le parole parassita
 - i verbi al condizionale / al passato
 - le frasi grasse: es. offriamo un ottimo servizio ed abbiamo prodotti di qualità...;
- ✂ I 7 passi per conquistare la fiducia del Cliente: il percorso **F.I.D.U.C.I.A.**;
- ✂ **Focalizzarsi sul Cliente:** la pianificazione dell'attività di vendita e la gestione del tempo di vendita;
- ✂ La matrice ABC incrociata: focalizzarsi sulle priorità del nostro portafoglio clienti;
- ✂ **Iniziare con il piede giusto:** cosa fare e cosa non fare nei primi 30";
- ✂ Telefonare per fissare un appuntamento con un nuovo cliente;
- ✂ Come presentare con efficacia se stessi e la propria azienda;
- ✂ **Delineare le esigenze del Cliente:** l'ascolto e la tecnica delle domande;
- ✂ Le diverse tipologie di domande: chiuse, aperte e ad alto guadagno;
- ✂ **Utilizzare le obiezioni come opportunità:** le tecniche per affrontare positivamente e con successo le obiezioni del cliente;
- ✂ Come presentare il prezzo facendo leva sul valore percepito dal Cliente;
- ✂ **Convincere coinvolgendo:** come riuscire a suscitare interesse nei confronti della nostra offerta;
- ✂ Parlare la lingua del cliente: parlare per vantaggi ricercati evitando di comunicare un vantaggio non ricercato dal Cliente (= autogol);
- ✂ Puntare sui fattori distintivi della propria offerta (quello che dico lo potrebbe dire anche un mio concorrente?) collegandoli ai bisogni e alle esigenze del Cliente;
- ✂ Argomentare la propria offerta non limitandosi ad una semplice presentazione della propria offerta;
- ✂ Individuare insieme al cliente 2 o 3 alternative per soddisfare l'esigenza del Cliente;
- ✂ **Implementare il piano di vendita:** l'A.B.C. della vendita (Always Be Closing = chiudere sempre!);
- ✂ Intercettare il processo decisionale del Cliente:
 - chi decide?
 - quando decide?
 - cosa deve fare il cliente prima di decidere?
- ✂ Come e quando proporre al Cliente l'acquisto;
- ✂ La gestione degli eventuali contatti di follow-up;
- ✂ **Attenzione al post vendita:** la vendita inizia con la firma di un contratto;

- ✦ La gestione dei reclami: i momenti della verità nel rapporto con il Cliente;
 - ✦ Il controllo delle prestazioni: tenere sotto controllo i principali indicatori dell'efficienza e dell'efficacia di vendita;
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-