

Tecnica e Psicologia della Vendita (Corso Avanzato)

02 GIORNI

OBIETTIVI

Approfondire gli elementi chiave della transazione commerciale di alto livello. Verificare i principali meccanismi insiti nella trasmissione profonda di concetti, caratteristiche, fenomeni, prodotti e/o servizi. Conoscere gli aspetti principali di alcune metodologie che permettono di governare meglio le relazioni interpersonali.



“Nella fabbrica facciamo cosmetici, nel negozio vendiamo speranza”

C. REVLON

PROGRAMMA

Evoluzione della vendita

- > Una strada lunga e tortuosa: dalla presentazione di un prodotto alla partnership
- > I 3 fattori critici: la disponibilità, l'affidabilità e la compatibilità
- > Dalla vendita semplice alla vendita globale: il CRM

Il Cliente è la nostra principale risorsa

- > Il cliente è una persona sempre più preparata, esigente, infedele
- > Il sapere come risorsa strategica
- > Il data base come elemento di relazione strategica
- > Intervistare i clienti: reperire più informazioni
- > Quantificare i bisogni con numeri
- > Gli indicatori come leve per comprendere le varie facce della realtà
- > Il feedback crea fiducia
- > Gestire gli scostamenti come azioni che rafforzino il legame con il cliente
- > Gestire i problemi come opportunità
- > Migliorare l'orientamento al cliente in ogni reparto della propria azienda

La comunicazione “profonda”: cos'è?

- > Comunicare: cosa significa?
- > La comunicazione esterna e interna
- > La comunicazione interpersonale
- > Principi di comunicazione profonda
- > Capire e farsi capire
- > Le abitudini del comunicatore
- > Le capacità fondamentali
- > Le tecniche di base
- > Motivarsi per motivare
- > Guidarsi per guidare

La psicologia del negoziatore

- > Capire come ragionano le persone
- > Comprendere l'interlocutore il prima possibile
- > Capire gli stili di relazione significa interagire meglio
- > Capire gli obiettivi comuni è l'unico modo per poter gestire i conflitti
- > Criticare senza offendere
- > Superare momenti difficili: imbarazzi, manipolazioni, aggressività
- > Le fasi della negoziazione

Il tempo: come gestirlo?

- > Il tempo non si acquista
- > Le attività che rubano il tempo
- > Che fare?
- > Distinguere i divoratori di tempo dai donatori
- > Il metodo evita le perdite di tempo

Il conto economico performante

- > Il conto economico performante: Cos'è e come usarlo?
- > Il controllo delle inefficienze
- > Il margine: lo conosco?
- > Sconto: chi è costui?
- > I clienti sono diversi...quindi vanno trattati in modo diverso

Le nuove tecnologie: sono utili?

- > La rete delle informazioni rende tutti informati, preparati, professionali
- > Newslettering per i clienti
- > Internet è un'arma potentissima ma...
- > Web marketing: cos'è e come attuarlo
- > Il posizionamento dei concorrenti
- > IL CRM: cos'è e come costruire un progetto applicabile
- > La tecnologia semantica: cos'è e come utilizzarla

I follow up costruiscono e mantengono il rapporto

- > Il post-vendita oggi è vendita
- > Rapporti ben fatti, cliente ben collegato
- > I piani sono strategia in azione
- > Lo schema di base di un rapporto
- > L'utilizzo della rete per lavorare in tempo reale



PARTECIPANTI



Venditori, responsabili commerciali, agenti e chiunque svolga un'attività di relazione al fine di realizzare contratti di tipo commerciale e desidera potenziare le proprie abilità.

EDIZIONI

2019

Milano, 21-22 Marzo

Milano, 17-18 Giugno

Milano, 14-15 Novembre

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.315 (+IVA)
per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:
• 2 o più iscritti alla stessa edizione del corso
• 9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi a diversi corsi a catalogo

COME ISCRIVERSI

+39 02 38010666

+39 02 38010871

www.scuoladipaloalto.it

informazioni@paloaltoscuola.it