

MIGLIORARE L'EFFICACIA NELLA GESTIONE DELLA TRATTATIVA CON IL CLIENTE.

INTRODUZIONE

La forza commerciale viene a giocare un ruolo di assoluta centralità e non può affrontare con “vecchie logiche” quello che di nuovo si viene a delineare dal sistema competitivo.

Il presente corso intende fornire ai partecipanti innovative tecniche di vendita che possono essere utilizzate durante una trattativa.

Si utilizzeranno metodologie ispirate al metodo S.P.I.N. selling messo a punto da Neil Rackham, che ha effettuato una ricerca su circa 35.000 trattative di vendita, dimostrando che la vendita non avviene travolgendo l'acquirente con fiumi di parole, ma semplicemente ponendo le giuste domande, sintetizzate in questi 4 macro tipologie :

- S : Situation Questions
- P : Problem Questions
- I : Implication Questions
- N : Need Questions

Una forte personalizzazione è messa a punto da Business Partners per quanto riguarda altre tecniche di “vendita consulenziale” e marketing operativo, tanto da renderlo un corso particolarmente efficace ed unico nel suo genere.

I 5 motivi di cambiamento del sistema attuale di vendita

- 1. Concorrenza sempre più numerosa e aggressiva.** Anche un ex dipendente che esce per intraprendere una avventura imprenditoriale diventa un concorrente immediato e pericoloso perché conosce la base clienti ed il modo di lavorare;
- 2. Clienti sempre più preparati.** Il vostro cliente sta acquistando con il sistema di oggi, se lo affrontate con tecniche di vendita degli anni '70 avete poche speranze di coinvolgerlo e di aiutarlo ed in questo scenario venite schiacciati nel triangolo PRODOTTO – PREZZO – PAGAMENTO senza speranza di vincere e di avere successo. Il corso vendita efficace si avvale di tecniche e strumenti aggiornati ed innovativi.
- 3. Il mercato sempre più complesso.** Il moltiplicarsi dei canali di vendita e lo sviluppo di Internet ha reso il mercato un intricato incrocio di fonti, attori e canali distributivi. Un processo di vendita strutturato e definito aiuta il venditore a navigare nelle acque dell'incertezza secondo un percorso chiaro, strutturato e prevedibile nei risultati;
- 4. Costi di vendita sempre più elevati.** Se pensate ai costi necessari per l'attività di vendita vi accorgete che sono lievitati negli ultimi cinque anni. Telefonia, carburante, auto, affitti e locazioni, tasse. Per il venditore oggi sono necessarie tecniche e metodi provati per massimizzare l'efficacia della visita e di ridurre al massimo i tempi del ciclo di vendita.
- 5. Obiettivi delle aziende sempre più ambiziosi.** Al tuo cliente vengono chieste performance superiori con minori risorse sia economiche che temporali. Come conseguenza il tempo dedicato ai venditori si sta riducendo sempre di più e la maggior parte delle decisioni di acquisto vengono fatte PRIMA che il venditore venga contattato dal cliente. Diventare creatori di valore per il cliente vi permette di distinguervi dalla massa delle altre offerte, vi permette di evitare lo “SPEED DATING” dei venditori (una opportunità e 25 aziende contattate) e posizionarvi ad un livello di veri consulenti per il cliente.

VENDITA EFFICACE

MIGLIORARE L'EFFICACIA NELLA GESTIONE DELLA TRATTATIVA CON IL CLIENTE.

CONTENUTI

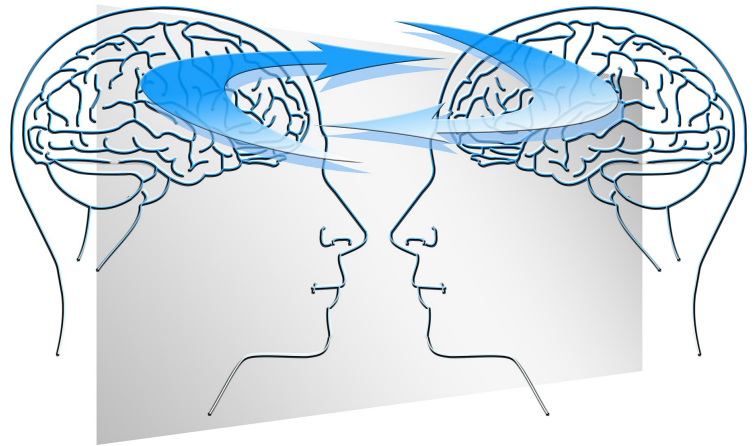
- a) Il ruolo del venditore integrato nella strategia di marketing dell'azienda. Il personal selling all'interno del piano di marketing integrato;
- b) Il processo di vendita: come identificarlo e quali indicatori utilizzare per verificarne le performance;
- c) L'evoluzione della vendita consulenziale;
- d) Come preparare una visita per essere efficaci;
- e) Il ciclo di comunicazione per costruire il rapporto con il cliente
- f) Le domande per far emergere i bisogni in fase di indagine;
- g) Caratteristiche, i vantaggi ed i benefici delle soluzioni nelle fasi della trattativa
- h) La gestione professionale delle obiezioni;
- i) Convincere ed influenzare il cliente ad acquistare, far avanzare la trattativa verso la chiusura.

OBIETTIVI

- a) Aumentare le percentuali di chiusura delle trattative;
- b) Ridurre il tempo necessario per concludere una vendita;
- c) Migliorare la gestione delle visite e della clientela;
- d) Ridurre in modo significativo le obiezioni da parte dei clienti;
- e) Avere un sistema strutturato di gestione delle visite.

COSTO PER PARTECIPANTE:

960 euro + Iva.



DESTINATARI:

Responsabili commerciali e Area Manager, Responsabili reti di agenti, Venditori e Funzionari di Vendita, Responsabili di Call Center/ front office e di CRM e tutte le figure coinvolte nel processo di progettazione e gestione del servizio al cliente

BUSINESS PARTNERS SRL

Corso Garibaldi, 63 - 47121 FORLÌ FC

Tel. 0543-202

www.bsnpartners.it

info@bsnpartners.it