



Tecniche di vendita avanzate

L'utilizzo della voce per
garantire e incrementare i
risultati





Tecniche di vendita avanzate

L'utilizzo della voce per garantire e incrementare i risultati

con Fabio De Lucia



La voce può determinare il tuo successo nella vita professionale.

La vita di un imprenditore e libero professionista di successo, al netto delle sue competenze tecniche, si basa su 3 grandi attività:

- Appassionare
- Ispirare
- Convincere

Per fare questo, i contenuti di ciò che diciamo non sono sufficienti. Per ottenere consenso occorre emozionare chi ci ascolta.

La Voce è, infatti, il mezzo comunicativo alla base delle relazioni interpersonali, ma pochi sanno usarla.

La Voce ha il potere di avvicinare un tuo cliente alla firma o di allontanarlo.

La voce, se usata correttamente ti permette di essere convincente; se non ne conosci la sua potenza, al contrario, crea incomprensioni.

La Voce è il segnale più lampante della nostra estetica, della nostra eleganza e della nostra "presenza etica" sul palcoscenico della vita.

OBIETTIVI

Imparare a generare sentimenti positivi nelle persone; aumento del carisma e della capacità di ottenere consenso; rafforzamento dell'autostima in pubblico, trasferire in chi ci ascolta la percezione della nostra affidabilità.

MODULI E CONTENUTI

- Imparare a conoscere i punti di forza della propria voce.
- Generare con la voce i sentimenti base da trasmettere durante la trattativa: cordialità autentica, fiducia, autorevolezza e decisione.
- Role Play di applicazione delle 4 tipologie di voce.
- Feedback e follow up.

METODOLOGIA

Registrazione della voce in vari contesti comunicativi, role plays, modellamento su leader ideali, contributi audiovisivi.

DURATA

6 ore



La persuasione nelle vendite

Come influenzare il processo
decisionale

La persuasione nelle vendite

Come influenzare il
processo decisionale

con **Domenico Cassano**



Gestire risorse ed obiettivi implica un processo decisionale articolato in cui le scelte sono prevalentemente frutto di una negoziazione all'interno ed all'esterno dell'organizzazione di appartenenza. La gestione dei rapporti interpersonali è infatti prevalentemente affidata alla capacità negoziale dei responsabili di funzione.

Inoltre la capacità di raggiungere accordi, firmare contratti ed ottenere finanziamenti costituisce il nucleo centrale del processo commerciale. Soprattutto quando l'azione commerciale è orientata a costruire rapporti di lungo periodo attraverso la fidelizzazione dei propri clienti.

OBIETTIVI

- Aumentare le probabilità di vendita alla prima visita
- Aumentare le probabilità di up-selling (es. garanzie aggiuntive subito dopo aver firmato)
- Aumentare la fidelizzazione e le probabilità di riacquisto
- Stimolare referenze attive e passa parola

MODULI E CONTENUTI

- Stili e modelli di comunicazione
- Il ruolo dell'ascolto
- L'impostazione del rapporto con l'interlocutore
- Come proporsi e come destare interesse
- Come aprire una trattativa
- L'individuazione delle esigenze del cliente
- I comportamenti da evitare e le espressioni positive
- Come superare le obiezioni e risolvere i problemi
- Come chiudere una trattativa
- Il post vendita e le azioni per la fidelizzazione

METODOLOGIA

Ciascun partecipante è chiamato ad operare individualmente o in gruppo in modo da applicare quanto appreso in aula in casistiche pratiche

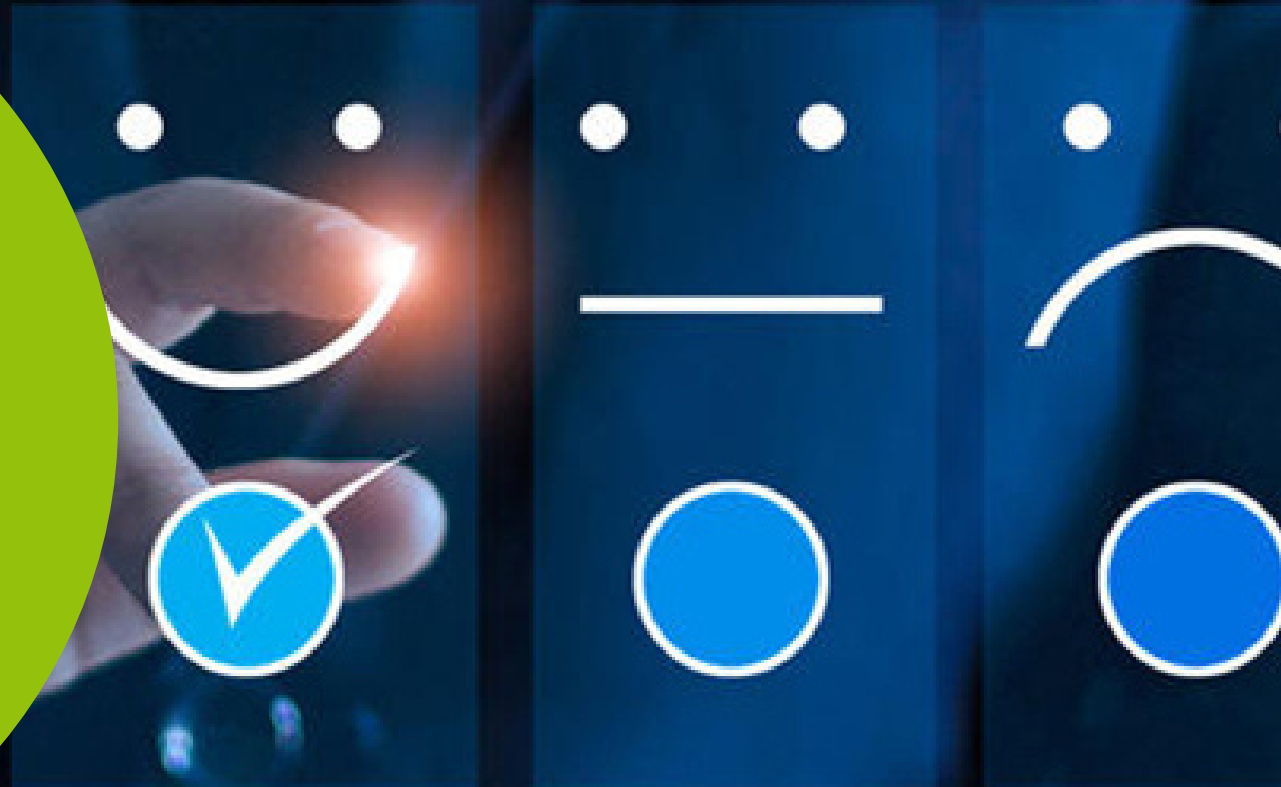
DURATA

6 ore



Engagement

Orientamento al cliente,
come conquistare e
fidelizzare



Engagement

Orientamento al cliente,
come conquistare e
fidelizzare

con Davide D'Ambrogio



Il processo che porta alla fidelizzazione è il risultato dell'orientamento al cliente, interno ed esterno, di tutti coloro che lavorano in un'organizzazione.

Lo scenario attuale, caratterizzato da una vertiginosa concorrenza, fa sì che l'attenzione dedicata al cliente faccia la differenza, per questo è importante sviluppare una comunicazione che permetta di entrare in empatia con l'interlocutore, così da comprenderne le reali necessità.

OBIETTIVI

Il corso Customer Oriented ha l'obiettivo di sviluppare la capacità di individuare, comprendere e soddisfare le esigenze dei clienti, utilizzando la sensibilità interpersonale, l'ascolto attivo e le capacità comunicative.

Inoltre, verranno sviluppate competenze che mirano al miglioramento dei processi negoziali in ambito commerciale.

DURATA

6 ore

MODULI E CONTENUTI

1. Il peso della comunicazione nelle relazioni con il cliente.
2. Le fasi dell'approccio orientato al cliente: apertura, interazione, chiusura.
3. Promuovere i servizi della propria azienda, incrementando la Brand Awareness per generare nuove opportunità di vendita.
4. Sviluppare l'engagement del cliente.

METODOLOGIA

La metodologia formativa è essenzialmente attiva, basata sul coinvolgimento diretto dei partecipanti in riferimento a situazioni concrete e specifiche del proprio contesto organizzativo.

La formazione prevede costanti momenti di confronto tra i partecipanti al fine di favorire le capacità comunicative.