

Corso di formazione

ELEMENTI DI MARKETING & TECNICHE DI VENDITA



Premessa: "Perché partecipare?"

In un mercato sempre più competitivo raggiungere i risultati di vendita assegnati è un obiettivo sempre più ambizioso. Per questo è importante che il venditore conosca e utilizzi le tecniche di marketing applicate alla vendita. Possedere tali tecniche significa infatti: avere uno strumento potente per differenziarsi dalla concorrenza e batterla; migliorare l'efficacia e l'efficienza nella gestione dei propri clienti e, quindi, aumentarne fatturato e redditività.

Obiettivi

In questo corso saranno affrontati i temi nodali legati alla vendita, dall'auto-valutazione del venditore-consulente (problem solver) sino alla conoscenza delle varie tipologie del cliente-utente finale, passando attraverso tutte le fasi che regolano ogni processo di vendita (la negoziazione: dal primo contatto sino alla conclusione). Ogni argomento verrà trattato secondo alcuni criteri base della Programmazione NeuroLinguistica (PNL).

L'obiettivo del corso è quello di fornire strumenti idonei a migliorare efficacia ed efficienza delle attività di vendita, creando e sviluppando le competenze attraverso le quali il venditore possa interpretare le esigenze dei clienti ed avviare una trattativa efficace, finalizzata al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Al termine del corso il partecipante avrà realizzato un piano di miglioramento personale volto ad imparare ad utilizzare in modo strategico:

- il rapporto tra marketing e vendita
- Le forme di comunicazione
- La preparazione, la gestione e la chiusura del contatto
- L'analisi delle motivazioni d'acquisto e la presentazione dell'offerta
- L'AIDA
- Le Obiezioni e le tecniche di superamento

Destinatari

risorse impegnate nell'area vendite: account, venditori, sales manager

Durata

Il corso ha una durata di 12 ore articolate in 2 giornate.

La metodologia didattica

Gli argomenti saranno sviluppati con un taglio molto pratico. La metodologia didattica utilizzata sarà l'action learning.

La formazione in aula prevede, oltre a moduli teorici frontali, moduli pratici con utilizzo di casi aziendali, role playing, business games ed altri strumenti che favoriscono l'analisi di situazioni concrete e l'elaborazione di schemi di riferimento utili all'azione quotidiana in azienda.

Considerando, quanto sia importante per un manager "mettere in pratica" i concetti acquisiti durante un corso, ovvero acquisire la capacità di saperli applicare concretamente in azienda, la metodologia in action learning "parte sempre dalla pratica per arrivare alla spiegazione dei concetti". Questa nuova metodologia offre ai partecipanti importanti vantaggi, quali:

- facilita l'apprendimento,
- rafforza l'interiorizzazione dei concetti trattati,
- crea un maggiore coinvolgimento delle persone.