

LABORATORIO

Tutti a vendere

“Non è l’azienda che paga i salari. L’azienda semplicemente maneggia il denaro. È il cliente che paga i salari.”

— Henry Ford

Tutti in azienda devono saper dialogare con i clienti.

Fraasi sbagliate:

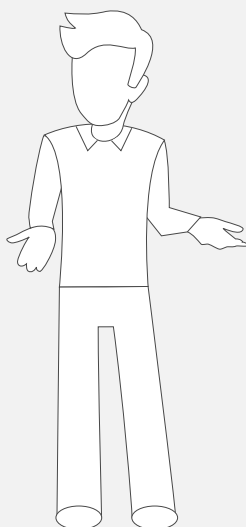
CI PARLASSERO LORO CON I CLIENTI, SON PROBLEMI LORO

QUESTE SONO COSE DA COMMERCIALE

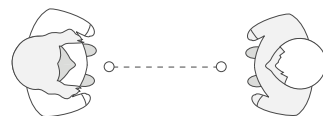
AL CLIENTE GLIELO SPIEGHI TU, PER ME QUESTA COSA NON SI PUÒ FARE

SE IL CLIENTE NON VUOLE, PROBLEMI SUOI

IO NON SONO UN COMMERCIALE, TI DICO LE COSE COME STANNO E BASTA



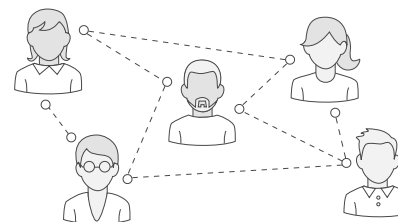
1) Nella classica organizzazione del lavoro, quando compriamo un prodotto o un servizio, parliamo con



UN VENDITORE O CON UN RESPONSABILE COMMERCIALE.

Oggi le aziende per essere più veloci e più vicine alle esigenze dei loro clienti sempre più spesso chiedono che nel dialogo con i clienti siano ingaggiati anche altri ruoli:

FIGURE TECNICHE, FIGURE AMMINISTRATIVE, DI STAFF, DI BACK OFFICE.

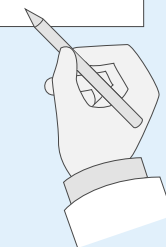


2) Anche quando il tuo ruolo in azienda non prevede contatti con i clienti è fondamentale che tu sappia interagire con i tuoi colleghi come se fossero i tuoi clienti,

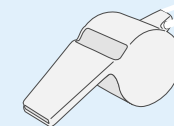


3) Anche chi non vende e non dialoga con i clienti deve sviluppare una mentalità imprenditoriale sempre orientata al business. Deve imparare ad adottare il punto di vista del cliente e a mettersi nei suoi panni. Deve saper padroneggiare le basilari tecniche di comunicazione commerciale e negoziale.

DIAGNOSI:
IN AZIENDA NON C'È UNA SENSIBILITÀ COMMERCIALE DIFFUSA, MOLTI SI COMPORTANO COME SE FOSSIMO UN ENTE PUBBLICO.



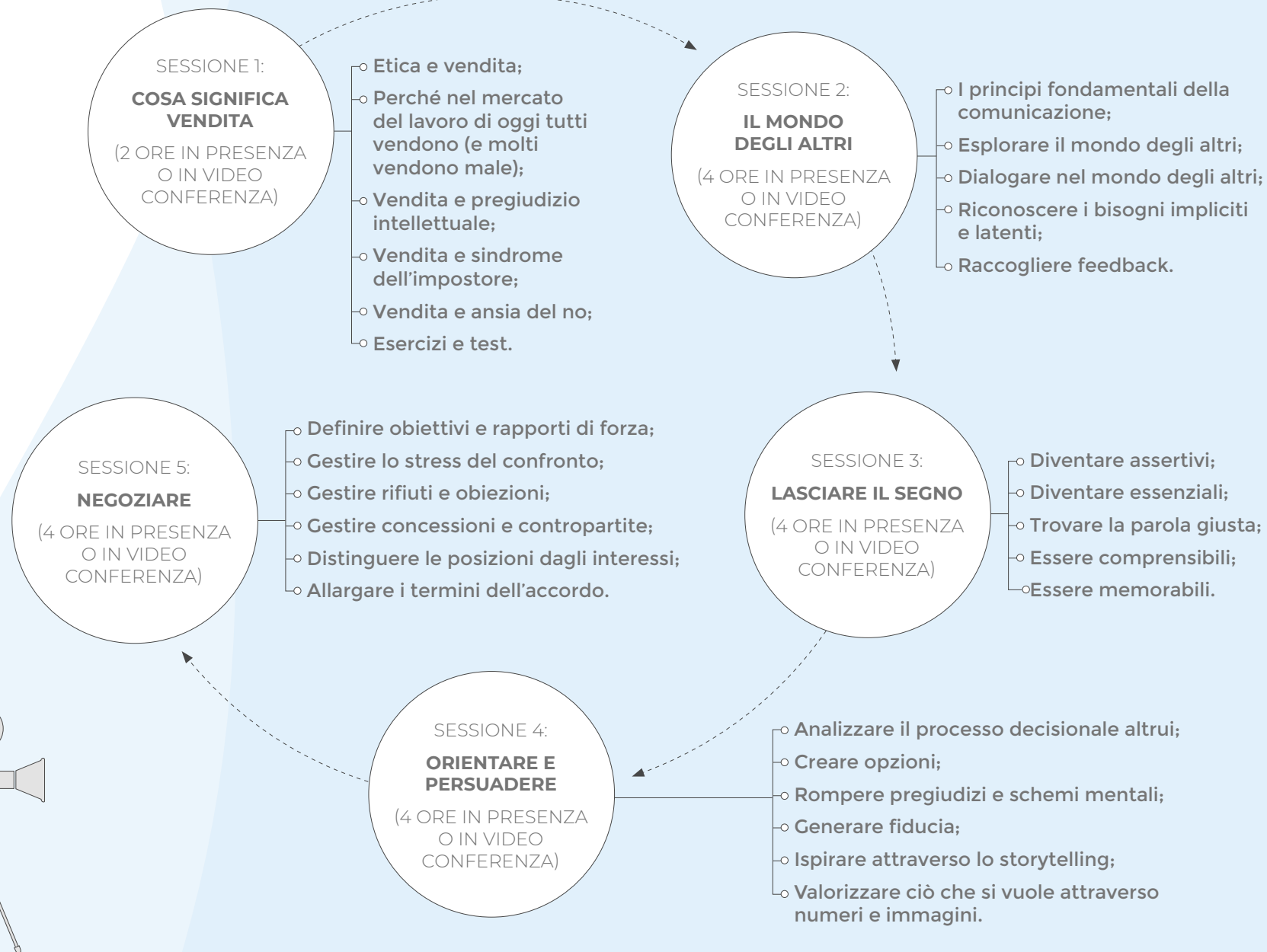
CURA:
TEAM COACHING E FORMAZIONE SULL'APPROCCIO COMMERCIALE/ IMPRENDITORIALE E SULLE TECNICHE DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE/ NEGOZIALE.



“Tutti a vendere”
è rivolto
principalmente a:

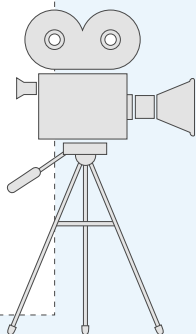
- Figure professionali tecniche;
- Figure professionali amministrative;
- Figure di back office;
- Figure professionali chiamate ad una riconversione commerciale;
- Figure professionali del customer service;
- Studi professionali che devono implementare una nuova strategia più orientata al business.

Programma



in gruppo

LE ATTIVITÀ
POTRANNO ESSERE
FILMATE IN MODO
DA MOSTRARE
AI PARTECIPANTI
IN TEMPO REALE
COME SI PUÒ
CONCRETAMENTE
SVILUPPARE
UN APPROCCIO
COMMERCIALE



Cosa ti porti a casa

- Individui comportamenti della tua operatività quotidiana su cui focalizzarti per generare nuove abitudini più "commerciali";
- apprendi tecniche di comunicazione commerciale e negoziale preziose sia nel dialogo con i clienti che con i tuoi colleghi (che sono i tuoi clienti interni);
- impari a essere più intraprendente, incisivo e persuasivo nelle interazioni con clienti (anche quelli interni).

Cosa non facciamo

- non facciamo vuoti discorsi motivazionali;
- non diciamo (non sarebbe vero) che da domani tutti cambiano ruolo e diventano venditori;
- non ti diciamo che devi imparare a essere più gentile e paziente (sarebbe riduttivo).

Durata del corso

Aula tradizionale: 18 ore in 4 sessioni oppure
Webinar: 12 ore in 4 sessioni

Dicono di noi

"Il percorso ci è servito a dare sensibilità commerciale a chi si sentiva troppo lontano dai clienti. In questo modo tutta l'azienda è più orientata ai bisogni del cliente, siamo più veloci e più capaci di fidelizzare."

– Mattia Armelli, Analytical Group

I nostri esercizi

NELL'ARCO DI:



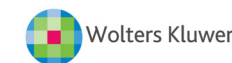
VERRANNO
SVOLTI ALMENO



DI CUI



Con chi abbiamo lavorato su questi temi:



Docenti



Lorenzo Cavalieri è laureato in Scienze Politiche e ha conseguito il Master of Business Administration presso il Politecnico di Milano. Ha ricoperto i ruoli di Responsabile Commerciale e Division Manager in due prestigiose multinazionali nel settore finanziario ed in quello delle risorse umane. E' un coach certificato PCC International Coach Federation e dal 2006 si occupa di coaching e formazione manageriale, con una specializzazione nell'area delle soft skills commerciali e manageriali.

Dal 2011 in poi ha pubblicato i saggi "Vendere mi piace", "Mi vendo bene, ma non sono in vendita", "Colloqui da incubo", "Il lavoro non è un posto", "Linguaggi e soft skills per comunicare a distanza".



Annalisa Aceti, Direttrice commerciale di Rizzoli Education, ha ricoperto il ruolo di Sales & Marketing Manager per alcuni tra i più prestigiosi gruppi editoriali italiani e internazionali (De Agostini, UTET, Wolters Kluwer). A Sparring offre la sua esperienza per supportare chi decide di sviluppare le proprie competenze commerciali o intraprendere una carriera nel mondo delle vendite.

Vuoi coinvolgere il tuo team o la tua azienda?
Parliamone

► www.sparringgroup.com

sparring@sparringgroup.com | +39 0287259095