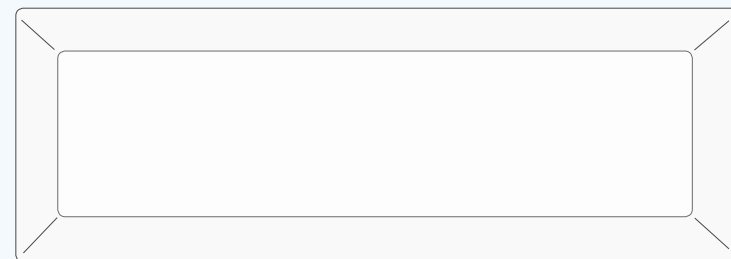
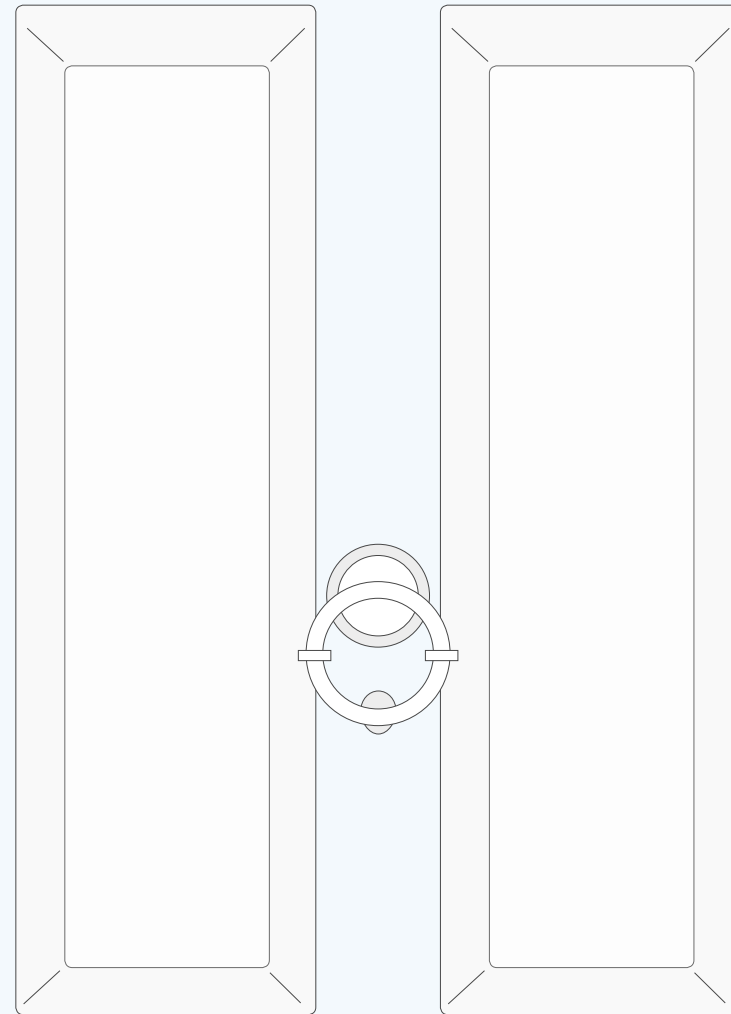


LABORATORIO

# Business Development

“Se l’opportunità non bussa,  
costruisci una porta.”

— Milton Berle



Se il cliente non bussa alla nostra porta siamo noi a dover bussare alla sua.



HO SCRITTO A MOLTI POTENZIALI CLIENTI MA NESSUNO RISPONDE ALLE MIE MAIL...

APPENA CAPISCONO CHE SONO UN COMMERCIALE SI NEGANO AL TELEFONO

IL CAPO SI LAMENTA PERCHÉ I CLIENTI SONO SEMPRE GLI STESSI

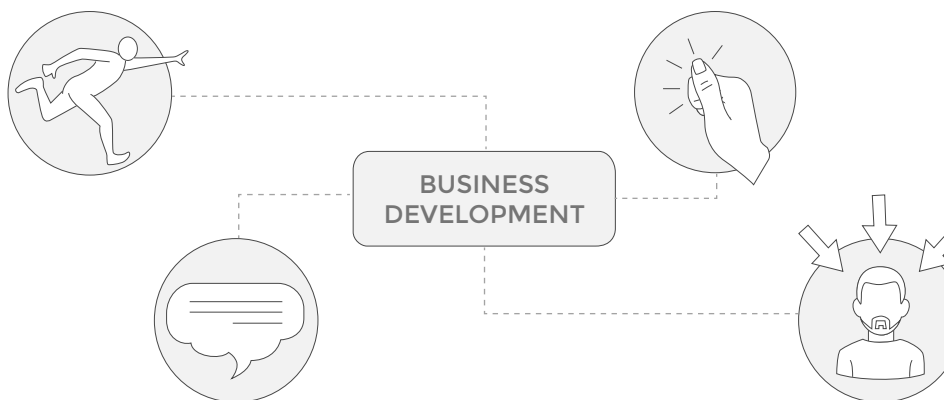
MI BASTEREBBERO SOLO 5 MINUTI PER PARLARGLI DELLE NOSTRE SOLUZIONI

Per la maggior parte delle aziende e dei professionisti i clienti che bussano spontaneamente per comprare o richiedere informazioni su un prodotto/servizio non sono sufficienti.



Per la maggior parte delle aziende e dei professionisti è fondamentale "inseguire" il potenziale cliente, bussare alla sua porta senza che lui l'abbia chiesto, trovare il modo di contattarlo personalmente, di parlargli, di suscitare attenzione e interesse.

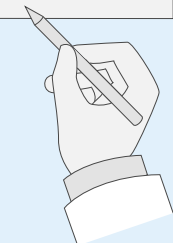
Queste attività vengono racchiuse nel concetto di



Il 99% dei commerciali è convinto di poter vendere con facilità ad un cliente interessato, ma al contempo si lamenta di non riuscire a parlare con nuovi potenziali clienti. Insomma tirano bene i calci di rigore ma non sanno come procurarseli.

**DIAGNOSI:**  
LA RETE COMMERCIALE NON RIESCE AD ENTRARE IN CONTATTO CON NUOVI POTENZIALI CLIENTI E QUINDI DIVENTA TROPPO DIPENDENTE DAGLI ORIENTAMENTI DEI CLIENTI ATTUALI.

**TERAPIA:**  
FORMAZIONE OPERATIVA PER APPRENDERE IL METODO E LE TECNICHE PIÙ OPPORTUNE PER MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ DI DIALOGO E INTERAZIONE CON NUOVI POTENZIALI CLIENTI.



## ► Programma

### PRINCIPI GENERALI

- L'autorevolezza del business developer
- La creatività del business developer
- Lo studio del mercato
- Head hunting e scouting dei clienti
- La call to action

### MAILING E SOLLECITAZIONE TELEFONICA

- Come evitare il "volantinaggio digitale"
- Il concetto di MSP (motivo specifico personalizzato)
- Generare attenzione e interesse
- Tecniche di scrittura efficace
- Tecniche di comunicazione telefonica efficace

### LINKEDIN E NETWORKING

- Il profilo LinkedIn
- Gli inviti alla connessione (disinteressati)
- Post, commenti, tag, condivisioni
- L'Utilizzo delle referenze
- Il comportamento efficace durante gli eventi

### PIANIFICAZIONE

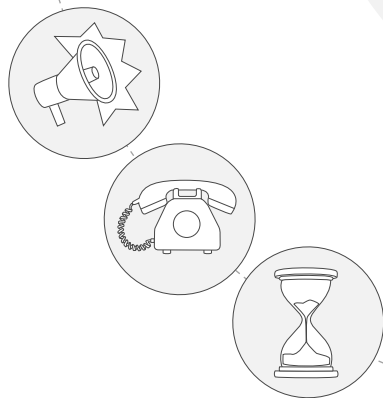
- Dal contatto al contratto: il percorso
- L'agenda del business developer
- La definizione del mix di azioni
- Indicatori di performance
- La gestione del tempo

## "Business Development" è rivolto principalmente a:

- Imprenditori impegnati nella organizzazione della propria rete commerciale;
- Direttori commerciali;
- Account manager;
- Business development manager;
- Agenti di commercio.

## Cosa ti porti a casa

- Un metodo per pianificare al meglio la tua agenda;
- Tecniche di comunicazione per suscitare l'attenzione e l'interesse dei nuovi clienti;
- Un nuovo modo di gestire la tua immagine al telefono e sul web.



## Cosa non facciamo

- Non insegniamo vecchie tecniche per le cosiddette chiamate a freddo;
- Non usiamo contenuti motivazionali;
- Non insegniamo a diventare influencer o esperti di social media.

## Durata del corso

Aula tradizionale: 18 ore in 4 sessioni oppure

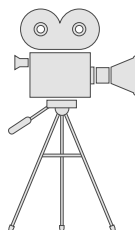
Webinar: 12 ore in 4 sessioni

## Dicono di noi

"Un percorso di formazione molto utile per gli agenti bravi nel gestire i propri clienti ma in difficoltà di fronte alla sfida di trovarne di nuovi."

– Marco Gianni, responsabile sviluppo rete Bene Assicurazioni

LE ATTIVITÀ POTRANNO ESSERE FILMATE PER MOSTRARE AI PARTECIPANTI IN TEMPO REALE COME SUSCITARE CONCRETAMENTE L'ATTENZIONE E L'INTERESSI DI NUOVI POTENZIALI CLIENTI.



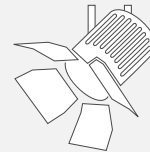
## I nostri esercizi

NELL'ARCO DI:



VERRANNO SVOLTI ALMENO

12  
esercizi



DI CUI

4  
IN GRUPPO.



Con chi abbiamo lavorato su questi temi:



## Docente



---

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".

Tiene il corso "Parola di manager" per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Pubblica regolarmente i suoi contributi nella sezione management de il sole 24 ore:  
<https://argomenti.ilsole24ore.com/lorenzo-cavalieri.html>

## Per iscriversi

► [www.sparringgroup.com](http://www.sparringgroup.com)  
[sparring@sparringgroup.com](mailto:sparring@sparringgroup.com)  
+39 0287259095