

Vendere Soluzioni

Scopri il consulente che c'è in te!



STUDIO VENTURI
Training e Consulenza

Marketing
Vendite
Customer
Service

Vendi il prodotto, te stesso, lo sconto o ... soluzioni?

Il calo della domanda e l'eccesso dell'offerta hanno trasformato il mercato del venditore in un mercato del compratore. Il raccoglitore di ordini che prima della crisi vendeva, oggi ha meno successo, perché le sue competenze non sono adeguate.

In un mercato in cui il prodotto è una commodity, bisogna inoltre passare dal cosa vendo al come vendo, differenziando il cliente nella fase di vendita.

In Italia la maggior parte dei commerciali non ha però ricevuto nessuna formazione specifica al riguardo. Ognuno si è costruito sulla strada uno stile commerciale trainato dalla propria personalità.

Chi è sicuro e tenace spinge il prodotto a suon di monologo e depliant parlante, perché vede i clienti come delle arance da spremere.

C'è poi chi ha charme psicologico e vende se stesso perché vede nel cliente un amico. Qui la vendita è vista come il sottoprodotto di questa piacevole relazione sociale.

C'è poi chi ha il complesso del prezzo che vende lo sconto: scorciatoia per arrivare all'ordine. Lo sconto non rende però più sexy: rende solo più poveri!

La vendita di soluzioni è uno stile più professionale ed efficace. E' inoltre facile da apprendere perché è un metodo che non si basa sulle caratteristiche istrioniche della propria personalità. Si basa invece sulla comunicazione del consulente, che è molto apprezzata dai commerciali che hanno una scolarizzazione medio-alta, nei beni industriali e nei servizi. Vendere non significa imbonire o imbrogliare il cliente come molti credono. Vendere significa aiutare il cliente a comprare!

Questo training trasferisce un metodo per vendere soluzioni con un approccio consulenziale. Rafforza le abilità di base della vendita (sales skill).

Cordialmente,

Fabio Venturi

fabio.venturi@studioventuri.com



STUDIO VENTURI
Training e Consulenza

Cosa facciamo

Training e Consulenza in

MARKETING

Analisi di mercato, Strategia e Piano di marketing.

VENDITE

Formazione venditori, Direzione vendite.

CUSTOMER SERVICE

Relazione telefonica e tecnici on site.

Cosa ci differenzia

Training pratico ed interattivo centrato sull'apprendimento.

Approccio consulenziale e personalizzazione del servizio.

Integrare Vendite e Customer Service in una logica di Marketing.

Marketing

Vendite

Customer Service



Clienti:

AGM, Aweta Sistemi, Chimab, Confindustria Veneto SIAV, Control Techniques, Coopsette, Costan, Demag Cranes & Components, Dimensione Turismo, Esmach, Ever Intec, Fila Industria Chimica, Filca Cooperative, Fondazione Cuoia, Formazione Unindustria Treviso, Galdi, Glaston Italy, Gea Procomac, Gruppo Mastrotto, Ideal Standard, Igus, Ims Deltamatic, Komatsu, Liebherr Italia, Mcz, Miele, Nova Foods, Pavan, Pietro Fiorentini, Risorse in Crescita/ Cuoia Impresa, Salvagnini, Servizi Confindustria Bergamo, Set, Siad Macchine Impianti, Siemens, Silcart, Sisma, Tria, Unindustria Pordenone, Wagner Colora, WebScience, Werfen Instrumentation Laboratory.

Viale Montegrappa 20 - 23900 LECCO (LC)

Tel. 0341 32 14 78 - Fax 02 301 352 43

info@studioventuri.com - www.studioventuri.com



Vendere Soluzioni

Scopri il consulente che c'è in te!

SI RIVOLGE A

Venditori, agenti, funzionari tecnico-commerciali ed area managers junior, o senior che desiderano sistematizzare con metodo quanto appreso in base alla esperienza sul campo.

OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- Trasferire un metodo di vendita orientato al cliente, e non al prodotto o al prezzo.
- Telefonare per ottenere l'appuntamento con un nuovo cliente.
- Fare una presentazione dell'azienda .. che vende!
- Conoscere i motivi d'acquisto con un'intervista efficace.
- Argomentare trasformando le caratteristiche del prodotto in vantaggi.
- Sapere quando presentare il prezzo e come difenderlo.
- Organizzare il follow up nella conclusione dell'incontro.

PROGRAMMA

1. La vendita di soluzioni.

- Venditori si nasce o si diventa?
- Da venditore di prodotti a venditore di soluzioni.
- 5 stili di vendita: qual è il vostro?
- Le abilità del venditore consulente.

2. La preparazione della visita.

- Essere preparati: sul prodotto, sulla concorrenza ...e sul cliente.
- La preparazione della visita: obiettivo, strategia e mezzi.
- La tecnica telefonica per essere ricevuti su appuntamento da un nuovo cliente.
- Esercitazione a gruppi: la telefonata al cliente per ottenere l'appuntamento.

3. L' approccio: contattare il cliente.

- Perché i primi secondi ... possono essere gli ultimi!
- I comportamenti e le frasi antivendita: "Le rubo solo 5 minuti",...
- Dieci punti per un'efficace presa di contatto.
- Presentare l'azienda per "venderla al cliente".
- Esercitazione individuale: fare una presentazione dell'azienda.

4. L' intervista: conoscere il cliente.

- Evitare il monologo e far parlare il cliente.
- La tecnica delle domande ad "imbuto".
- Scoprire i motivi di acquisto del cliente.
- Esercitazione individuale: quali sono i motivi di acquisto dei vostri clienti?

5. L' argomentazione: convincere il cliente !

- La differenza tra il venditore che presenta e quello che argomenta.
- Esprimere le caratteristiche dell'offerta in chiave di vantaggi per il cliente.
- La dimostrazione con il metodo CPV.
- Esercitazione individuale: costruire l'argomentario dei vostri prodotti con il CPV.
- Dieci punti per costruire un'argomentazione efficace.

6. Le obiezioni: conoscerle per gestirle.

- Interpretare e valutare le obiezioni.
- Le cause e gli obiettivi delle obiezioni.
- Le tecniche per superare le obiezioni.

7. Il prezzo: quando presentarlo e come.

- I metodi per differire una risposta prematura sul prezzo.
- Appoggiarsi sempre sull'offerta globale.
- I metodi per presentare il prezzo.
- Cosa fare quando il cliente dice "E' caro... !", "E' troppo caro.... !"

8. La conclusione: concludere per... vendere!

- I semafori verdi per concludere.
- Sei tecniche per concludere la vendita.
- Consolidare la visita preparando il prossimo incontro.

DURATA

Due o tre giorni secondo le vostre esigenze.

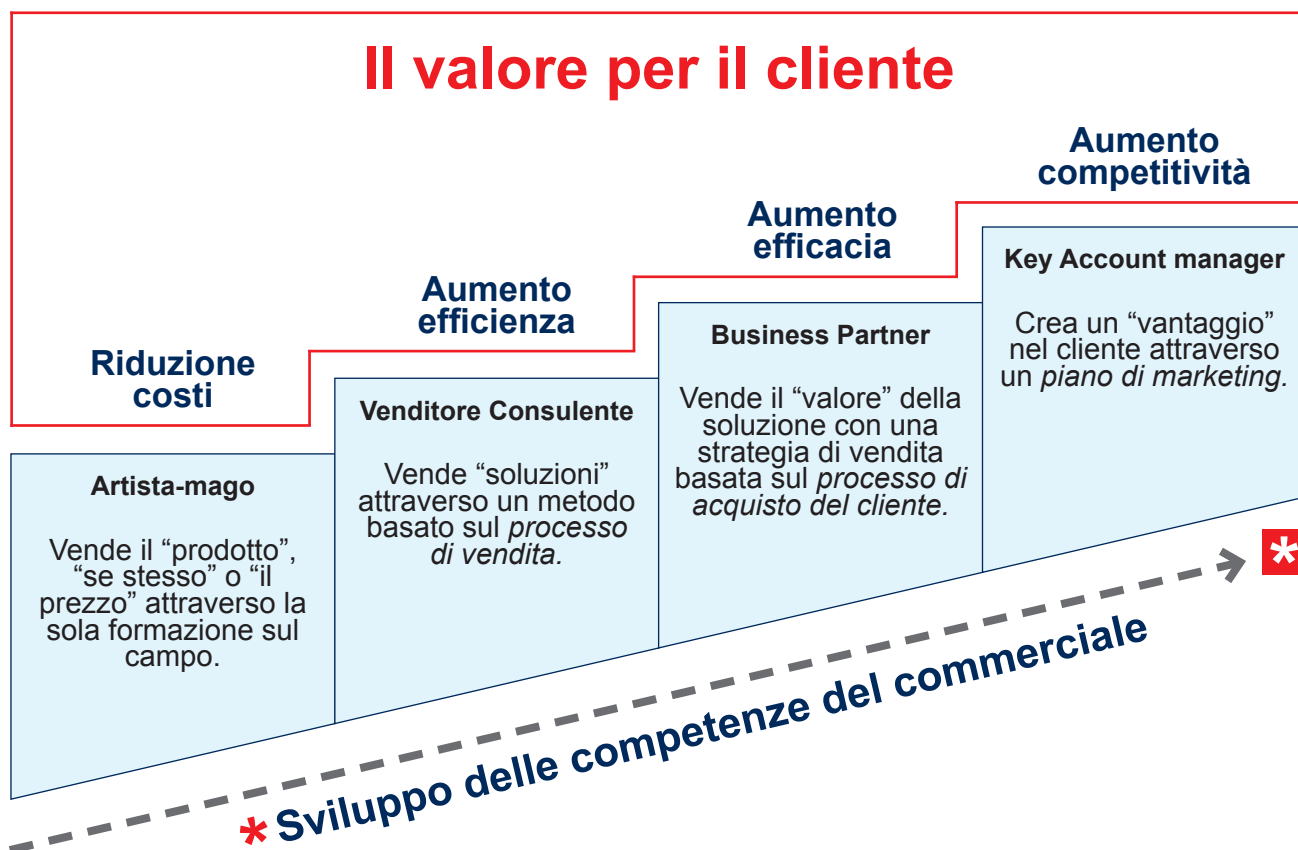
METODOLOGIA DI APPRENDIMENTO

Coinvolge i partecipanti perché è molto interattiva. Si basa prevalentemente su esercitazioni individuali, lavori di gruppo e simulazioni venditore-cliente (telefonata per ottenere l'appuntamento, presentazione dell'azienda, intervista per scoprire i motivi d'acquisto,...). Modifica quindi il comportamento sul campo.

PERSONALIZZAZIONE

- Colloqui con il management per individuare gli obiettivi di miglioramento
- Preparazione di casi / situazioni di vendita critica o ricorrente che vivono i vostri commerciali su cui fare le simulazioni.

I suoi commerciali sanno vendere il valore che vuole comprare il cliente?



Il taglio di prezzo non vi differenzia: vi rende solo più poveri!

In un mercato sempre più di commodity, conviene differenziare il cliente nella fase di vendita.

Migliorare la performance di vendita con il training dello Studio Venturi

Metodologia di apprendimento

Coinvolgente Si apprende divertendosi.	Interattiva Esercitazioni individuali, lavori di gruppo e simulazioni.	Pratica Trasferisce abilità e comportamenti facili da applicare immediatamente.	Efficace Modifica il comportamento.
--	--	---	---

I vantaggi del training

Interaziendale (catalogo)	In azienda (noi da voi)
<p>Confrontarsi con colleghi di altri settori</p> <p>Testare il formatore ed il seminario</p> <p>Formare 1- 4 persone</p>	<p>Personalizzazione Obiettivi, contenuti e casi centrati sulla vostra realtà</p> <p>Flessibilità Scelta di data e durata</p> <p>Formare più di 5 persone</p>

