

Il tecnico “complice” del commerciale!

Migliorare il lavoro di gruppo tecnico - venditore
per sviluppare il business.



STUDIO VENTURI
Training e Consulenza

Marketing
Vendite
Customer
Service

Come trasformare due personalità diverse, in un'opportunità commerciale!

Qual è la differenza di personalità tra il tecnico del service e il commerciale?

Il **tecnico** è orientato al prodotto e poco flessibile: a volte introverso e negativo. Non promette mai quello che non è in grado di mantenere. Vede il commerciale come un imbonitore. Lui invece dice sempre la verità. Fino ad essere ingenuo commercialmente: *“Ma chi gliel’ha venduto questo impianto? Ma non lo sapeva che questo modello di macchina è difettosa?”*

Il **commerciale** è invece flessibile, positivo e vincente. E' orientato al cliente, di cui a volte è geloso rispetto ai colleghi interni. Se vede poi nel tecnico una mina vagante nel rapporto commerciale, tende a gestire lui il cliente, anche nel post vendita: *“Domani le mando il mio tecnico...”*.

A volte svende i servizi e i ricambi dando sconti, o ...regalando. Questo svilisce però il service e ne fa aumentare i costi che, in realtà,... finanziano la promozione delle sue vendite!

Ecco perché il tecnico e il commerciale fanno fatica a comprendersi e agire in sintonia.

Nell'era della competizione basata sul servizio, questa situazione penalizza la produttività sia delle vendite che del service. E' importante che il management ne sia però consapevole ed agisca, trasformando il service da un centro di costo, ad una leva di marketing.

Lo scopo del training è proprio quello di ridurre le diversità tra il tecnico e il venditore, con un lavoro di gruppo in aula che genera invece subito opportunità commerciali.

Il risultato finale non è quindi solo un cambio di mentalità. E' una serie di piani e attività integrate di sales e service che i vostri commerciali e tecnici concordano insieme e propongono di implementare, in funzione di tre categorie dei vostri clienti: mantenimento, sviluppo e gestione economica.

Fabio Venturi
fabio.venturi@studioventuri.com



Il trainer: Fabio Venturi.

Consulente-formatore senior in Marketing, Vendite e Customer Service. Dal 1984 è titolare dello Studio Venturi.

Clienti

Agm, Aweta Sistemi, Camera di Commercio di Treviso, Chimab, Confindustria Veneto Siav, Control Techniques, Coopsette, Costan, Dalmed, Fluid System, Demag Cranes & Components, Dimensione Turismo, Esmach, Eureka, Ever Intec, Fila Industria Chimica, Filca Cooperative, Fondazione Cuoia, Formazione Unindustria Treviso, Galdi, Glaston Italy, Gea Procomac, Gmc, Gruppo Mastrotto, Hip-Mitsu, IBT, Ideal Standard, Ideal Work, Igus, Ims Deltamatic, Itlas Laborlegno, Johnson Controls, Komatsu Italia, Liebherr Italia, Mcz, Miele, MIP Politecnico di Milano, Nova Foods, Pavan, Pietro Fiorentini, Reviviscar, Risorse in Crescita, Salvagnini, Servizi Confindustria Bergamo, Set, Siad Macchine Impianti, Siemens, Silcart, Sinetica, Sisma, Stefanplast, Tnt Global Express, Tria, Unione Industriali Pordenone, Wagner Colora, Web Science, Werfen Instrumentation Laboratory.

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.



STUDIO VENTURI
Training e Consulenza

Marketing
Vendite
Customer Service

Viale Montegrappa 20
23900 LECCO (LC)
Tel. 0341 32 14 78
Fax 02 301 352 43
info@studioventuri.com
www.studioventuri.com

→ Il tecnico “complice” del commerciale!

Migliorare il lavoro di gruppo tecnico - venditore per sviluppare il business.

SI RIVOLGE A

- I tecnici dell'assistenza / service che svolgono interventi presso i clienti.
- I commerciali di riferimento.
- Le persone del back office di sales e service.
- Il middle management di sales e service.

OBIETTIVI

- Sensibilizzare i partecipanti al servizio.
- Rafforzare il lavoro di gruppo e la creatività.
- Orientare il comportamento delle persone al risultato e non al compito.
- Migliorare il servizio interno ed esterno.
- Differenziare l'approccio sales/service per tipologia di cliente.
- Ricostruire il ciclo di servizio del vostro cliente.
- Stimolare idee per gestire i momenti della verità critici con più efficacia.
- Individuare idee e azioni per fidelizzare i clienti da mantenere.

PROGRAMMA

1. La competizione basata sul servizio.

- Evoluzione e ruolo di sales e service.
- Il diverso impatto che sales e service hanno sulla fedeltà del cliente.
- Dagli “standard del servizio” alla “cultura del servizio”.
- Customer satisfaction: le 4 qualità del servizio viste dal cliente.

2. Lavorare in gruppo... sul vostro portafoglio clienti!

- Gioco in sottogruppi misti di tecnici-venditori sul lavoro di gruppo.
- Le tre condizioni per essere una squadra vincente.
- Il portafoglio clienti: quali fidelizzare, sviluppare e gestire economicamente.
- Lavoro in sottogruppi: quali attività svolgere sulle tre tipologie di clienti, adeguando il giusto approccio di sales / service e relativo tempo da dedicare.

3. Una nemica del servizio: l'organizzazione !

- La mentalità industriale del TQM.
- Come viene visto in azienda il reparto produzione e commerciale.
- I sette peccati del servizio interno: Il buco nero, Il palleggio, L'editto, Il ti ho beccato, Il NO-ismo, La cartiera, L'orticello.
- Barriere al servizio: ego ed atteggiamenti. Dalla fabbrica dei “NO” a quella dei “SI”.

4. Il cliente interno.

- Capire chi sono i clienti interni.
- La cultura del servizio interno.
- Il linguaggio e le abitudini: indicatori di cultura.
- Dimenticatevi la vostra funzione: pensate solo al contributo!

5. Il ciclo del servizio.

- Il ciclo del servizio ed i momenti della verità.
- La qualità come il risultato di un momento della verità e non come la prestazione di un dovere assegnato.
- Lavoro a gruppi: “I momenti della verità del ciclo di servizio del vostro cliente”.
- Come migliorare i vostri momenti della verità critici ?

6. La fase d'implementazione / installazione

- Le tre fasi dell'implementazione.
- Tre strategie per gestire la fase della caduta motivazionale del cliente.
- Pianificare l'installazione insieme al commerciale...e al cliente!
- Dall'installazione allo sviluppo del cliente.
- Proposte per migliorare l'installazione.

→ Il tecnico “complice” del commerciale!

Migliorare il lavoro di gruppo tecnico - venditore per sviluppare il business.

METODOLOGIA DI APPRENDIMENTO

Coinvolge perché è molto interattiva, pratica e centrata sull'apprendimento. Per il 60 % si basa su discussioni, case study e lavori di gruppo. Vengono costituiti dei sottogruppi eterogenei di tecnici-venditori dal punto di vista sia della esperienza che della bravura.

DURATA

Una giornata a tempo pieno.

PERSONALIZZAZIONE

- Colloqui con il management per definire meglio gli obiettivi di miglioramento.
- Preparazione di materiale ad hoc.

TESTIMONIANZA

Il Training “Il tecnico complice del commerciale”, svolto con proverbiale abilità dal Dott. Fabio Venturi, ha contribuito a:

- incrementare la cultura del servizio,
- rafforzare un solido spirito di gruppo,
- accrescere la disponibilità al fare azienda più che essere azienda.

Anche in questa occasione il Dott. Venturi è riuscito a catalizzare efficacemente l'attenzione di tutti i partecipanti. Il confronto sereno e leale ma, altrettanto critico e costruttivo che si è sviluppato, ha anche rivelato una generale e benefica capacità propositiva tra persone che abitualmente svolgono ruoli e responsabilità aziendali molto diverse tra loro.

Il clima di proficua ed efficace collaborazione creatosi ha inoltre aumentato la consapevolezza che la motivazione personale, unitamente alle conoscenze tecniche, è un elemento indispensabile nell'attività di una moderna azienda e fattore determinante per il suo successo.

La manifestazione più tangibile della validità di questo tipo d'incontri è stata peraltro la soddisfazione unanime espressa sia dalla proprietà sia dai dipendenti, e la volontà di proseguire con il Dott. Venturi il percorso avviato in SET nel 2002.

Getulio Ferri Direttore Generale della SET srl – Dueville (VI)