

Corso di vendita consulenziale 4.0



- In un'economia sempre più orientata al servizio, il paradigma di vendita sta cambiando: la vendita di domani sarà sempre più «consulenziale». Per padroneggiarla al meglio e massimizzare il tasso di chiusura bisogna saper ascoltare il cliente e conoscere a fondo la sua «customer journey», oggi sempre più complessa e digitale. Per evitare di competere sul prezzo bisogna invece saper argomentare i nostri punti di forza
- Percorso aziendale
- Formatrice: Antonella Pescio



Percorso formativo vendita consulenziale: 6-9 gg

AD

Vendita consulenziale e Customer Journey

1 gg

- > Presentazione percorso e trainer, giro di tavolo partecipanti ed esplicitazione aspettative
- > La vendita consulenziale: che cos'è? Vendita e marketing oggi convergono
- > Venditore ad alta pressione e venditore consulente: che tipo di venditore sei? Test per conoscerti meglio
- > L'importanza della customer journey per mantenere la centratura sul cliente: case history e workshop in team

Centratura sul cliente e Value Proposition

2-3 gg

- > Come analizzare la concorrenza ed individuare i nostri punti di forza? Workshop guidato con tabelloni e post-it
- > Come segmentare la clientela, individuare i segmenti più attraenti e coerenti con le competenze della nostra azienda : Workshop guidato
- > Mappare la Customer Journey del cliente per ottimizzare la strategia commerciale ed elaborare un piano marketing vincente: workshop in team con tabelloni e post-it
- > Mettere a punto una Value Proposition basata sui nostri punti di forza per evitare di competere sul prezzo: workshop in team

Le fasi del processo di vendita

2-4 gg

- > La ricerca dei prospect e la vendita social
- > L'ascolto del cliente e l'analisi dei bisogni: esercitazione pratica in team
- > Formulare e presentare una proposta efficace e di valore, argomentando al meglio il nostro differenziale di prezzo rispetto alla concorrenza
- > Sviluppare strumenti di supporto alla vendita efficaci e coerenti con la customer journey del cliente
- > Gestire le obiezioni
- > Negoziazione e conclusione

Pianificare e misurare i risultati

1 gg

- > Analisi risultati e pianificazione: esercitazione pratica in team
- > Come trasformare il cliente in referenza attiva
- > Conclusioni e giro di tavolo su realizzazione aspettative ed esigenze ancora scoperte