

LA RELAZIONE CON IL CLIENTE: UN LABORATORIO PER SPERIMENTARE E SPERIMENTARSI

DESTINATARI

Dipendenti di attività commercio turismo e servizi con mansioni legate alla vendita. Le aziende devono essere aderenti al Fondo FORTE.

DURATA

16 ore

NUMERO DI PARTECIPANTI

Massimo 15 persone

SEDE DEL CORSO

Via Massena 20, 10128 –
Torino

Date: 27/03/2017-

28/03/2017

PER INFO ed ISCRIZIONI entro il 22/11/2016

Via Massena 20, 10128
Torino

Tel. 011/5516306

Fax 011/5516229

fondoforte@forter.it

Orario :

lun-giov 08.30 - 17.30

venerdì 08.30 - 16.30

Documentazione da presentare:

- documento d'identità del legale rappresentante
- Uniemens comprovante l'iscrizione al fondo For.Te

Pensiamo che sia inutile e poco efficace prefigurare e proporre un profilo standardizzato di approccio al Cliente, ma invece utile adattare le regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, andando ad inserirsi sui comportamenti che ciascuno adotta. Il corso mira ad affrontare ed approfondire gli strumenti e le strategie di vendita e gestione del cliente al fine di permettere ai partecipanti di acquisire la capacità di mantenere e accrescere il rapporto con i clienti in essere e sviluppare nuove relazioni con i clienti potenziali. Chi ricopre un ruolo commerciale ha come principale obbiettivo di trovare, sviluppare e mantenere i Clienti nel tempo. Questo significa saper individuare i giusti interlocutori e saper cogliere le loro esigenze ed obiettivi, per soddisfare non solo l'esigenza esplicita ma anche scopi e ambizioni di tutti coloro che hanno o possono avere un ruolo importante, come decisore o come influenzatore, nell'acquisto.

Struttura del corso

PROGRAMMA	
1	Elementi teorici per definire i clienti "giusti" a cui proporre il proprio servizio/prodotto
2	Strategie di vendita
3	Conoscere e "Monitorare" la concorrenza
4	Mantenere i clienti esistenti e accrescerne il valore, Fidelizzazione del cliente
5	Diversificazione della vendita del prodotto/servizio al cliente in essere; allineamento tra processo d'acquisto e processo di vendita; il processo d'acquisto, il valore percepito dal Cliente
6	Tecniche per rafforzare la comunicazione: tecniche per parlare in pubblico l'impatto, l'ascolto attivo, la tecnica delle domande, il linguaggio positivo orientato alle soluzioni
7	Organizzazione della comunicazione: come creare una struttura logica che faciliti la sintesi, la comprensione, il convincimento. Simulazioni sul parlare in pubblico.