Pipeline

Pipeline is a Leading Learning Partners Association Member

# SSVEN02 - CORSO DI VENDITA AVANZATO

CORSO CON DOCENTE

| Durata | Prezzo | Orari | Calendario |
|---|---|---|---|
| 1 giorno | 390,00€ + IVA | 9:00-13:00 \| 14:00-17:00 | |

Il **Corso di Vendita Avanzato insegna** le tecniche di vendita avanzate si basano sull'identificazione delle esigenze implicite ed esplicite di un cliente, aiutandolo a comprendere le implicazioni del bisogno e, infine, fornendogli una soluzione. Le tecniche di vendita avanzate riguardano più la risoluzione dei problemi che la generazione di vendite.

**Apertura**

Tutte le chiamate di vendita comportano un'apertura. Un'apertura è un'introduzione personale e pone le basi per ciò che un cliente sta esplicitamente cercando di realizzare. Cercherà anche di identificare ciò che ha spinto la necessità esplicita. L'apertura definisce il tono dell'incontro e influenza la prima impressione del potenziale cliente. Una buona apertura impedirà una perdita tempo e fornirà le informazioni necessarie per passare al passaggio successivo.

**Investigare**

Le tecniche di vendita avanzate riguardano la risoluzione dei problemi dei clienti. È possibile risolvere i problemi di un cliente solo se si conoscono. Dopo aver effettuato la propria apertura, si deve iniziare a fare domande in modo da capire meglio la situazione del cliente e i suoi problemi. La propria apertura dovrebbe aver identificato il bisogno esplicito del cliente, ma il valore reale viene fornito attraverso la scoperta di bisogni impliciti. I bisogni impliciti sono bisogni che non sono esplicitamente identificati dal cliente ma sono dedotti logicamente tramite la conversazione.

**Un esempio**

Se sei un bancario e un cliente ti incontra e dice, "Ho bisogno di una linea di credito perché non ho abbastanza capitale circolante… " ti offre diverse opportunità. Puoi soddisfare l'esigenza esplicita di fornire la linea di credito, ma è anche possibile soddisfare l'esigenza implicita di una migliore gestione della liquidità. Con ulteriori domande, puoi scoprire i suoi processi per effettuare e ricevere pagamenti e potenzialmente offrirgli soluzioni per ridurre la quantità di tempo e sforzi necessari per svolgere tali compiti. Potrebbe non risolvere completamente la sua carenza di capitale circolante, ma ridurrà le spese per lui e aumenterà l'efficienza della sua azienda.

**Implicazioni**

C'è un passo tra l'identificazione di esigenze implicite ed esplicite e l'introduzione di soluzioni che sono il segno distintivo delle vendite avanzate. Si deve saper dimostrare quanto importante sarà il problema che la persona avrà se non soddisfa i bisogni impliciti ed espliciti che si sono identificati. Il modo migliore per mostrare le implicazioni è porre più domande. Per utilizzare l'esempio bancario, potresti chiedere, "Quanti soldi risparmieresti se ci volesse una persona in meno per elaborare i pagamenti?" o "Quanti interessi guadagneresti se fossi in grado di ridurre i giorni di credito del tuo conto del 20%?" Le risposte che ti darà ti permetteranno di quantificare il suo problema e mostrare quanto potrebbe trarre beneficio risolvendolo. La bellezza della vendita avanzata è che non si deve vendere nulla; si deve solo portare certi fatti all'attenzione di una persona.

**Dimostrazione di capacità**

Identificare esigenze implicite ed esplicite e mostrare quanto grande possa essere un problema che un cliente ha veramente è inutile, a meno che non si possa fornire una soluzione. La dimostrazione di capacità non dovrebbe essere effettuata fino a quando non sia ben chiaro di cosa ha bisogno e di quanto ne ha bisogno. Una volta raggiunto quel punto, è imperativo che si abbia un prodotto o un servizio che risolva il problema.

**Ottenere il commitment**

Ottenere l'impegno è l'ultimo passo del processo di vendita iniziale. L'impegno non è necessariamente la chiusura di una vendita, ma è un accordo fermo per fare un altro passo che fa avanzare il processo di vendita. Ottenere un impegno è semplice come identificare il passo successivo che deve essere intrapreso e spingere il potenziale cliente all'azione. Alcune tecniche di vendita avanzate consentono di identificare il passaggio successivo e quindi fornire due opzioni a un cliente, entrambi portano al passaggio successivo. Se si sono eseguiti correttamente i quattro passaggi, il cliente chiederà autonomamente di fare il passo successivo.

## Contenuti del corso

- Introduzione
- Strategie per creare un rapporto ottimale
- Le Emozioni
- La gestione delle emozioni
- Gestione avanzata delle obiezioni
- Strategie avanzate di vendita
- Tecniche avanzate di vendita
- Le leve decisionali del Cliente
- Strategie di guida nella comunicazione
- Sintesi conclusiva

## Partecipanti

Il corso si rivolge a funzioni commerciali.

## Prerequisiti

Per partecipare al **Corso di Vendita Avanzato** non sono richiesti prerequisiti particolari. Per una migliore comprensione e per raggiungere migliori risultati si consiglia di aver partecipato al Corso di Vendita di Base.

## Obiettivi

Al termine del **Corso di Vendita Avanzato** i partecipanti saranno in grado:

- conoscere i principi del creare un ottimo rapporto (modellamento) e le sue applicazioni;
- conoscere le emozioni base, come nascono e le loro funzioni;
- comprendere come le emozioni influenzino, positivamente o negativamente, il processo comunicativo;
- riconoscere e gestire le proprie emozioni;
- conoscere e applicare le tecniche di rilassamento;
- conoscere il modello transazionale e le transazioni nella relazione di vendita e sfruttarlo nella gestione delle obiezioni;
- utilizzare la ristrutturazione linguistica;
- conoscere ed individuare le leve decisionali del Cliente;
- saper utilizzare strategie funzionali alla vendita;
- conoscere e applicare le tipologie di vendita ottimali (win-win);
- conoscere ed utilizzare strategie di guida nella comunicazione.

Per chi fosse interessato a corsi specifici per potenziare le attitudini personali e diventare persone o venditori di successo, si consigliano i nostri corsi sulle Soft Skills.

## Materiali e Bonus

Il corso include:

- un **attestato di frequenza** inviato via e-mail una settimana dopo il termine del corso.

**Hai bisogno di chiarimenti o ulteriori informazioni?**
**Vuoi organizzare un corso personalizzato?**
Chiamaci: 02/6074791 Scrivici: formazione@pipeline.it

MAIN PARTNERS

formazione@pipeline.it
www.pipeline.it/formazione