SELLINGEMOTIONS&SOLUTIONS

Paolo Ragni Formazione - ideadisviluppo.com

Corso di vendita emozionale per addetti, specialisti e consulenti.

Soluzioni non prodotti
Emozioni non caratteristiche

Il corso

"I clienti non si aspettano che siate perfetti. Vogliono semplicemente che risolviate i problemi quando si verificano"

Donald Porter

Saper vendere all'interno di una relazione diretta con il cliente vuol dire cogliere l'umore, lo stato d'animo del nostro interlocutore ma soprattutto lo **stile di pensiero** che guida i suoi comportamenti. Riuscire a coinvolgere il cliente sul piano della sfera emozionale e mentale è da sempre la base della vendita persuasiva, saper usare approcci e stili differenti con le diverse tipologie di clienti è la strategia migliore per rendere i propri prodotti più attraenti e stimolanti agli occhi di chi li deve acquistare.

Come faresti se dovessi vendere un servizio ad Aristotele, o un tuo prodotto al Dott. House? E se invece ti trovassi di fronte un designer? Che tecniche comunicative utilizzeresti con un **logico**? Come cercheresti di allinearti al pensiero di un **pratico**? Cosa credi che pensi un **creativo** mentre gli stai parlando?

Selling emotions & solutions è un corso pratico sulle tecniche e gli accorgimenti più utili per relazionarsi con i diversi comportamenti d'acquisto dei nostri clienti e realizzare una vendita soddisfacente, efficace e coinvolgente.

Il corso, della durata di 8 ore, è pensato per tutti coloro (addetti, specialisti, consulenti, ecc.) che quotidianamente allacciano relazioni one to one per la vendita di prodotti e/o servizi. I temi affrontati, dall'analisi dei bisogni allo studio degli stili di pensiero, dalla consulenza alla vendita per soluzioni, aiutano a sviluppare le competenze necessarie per orientarsi al meglio verso una **vendita di relazione**.

SELLINGEMOTIONSOLUTIONS

Soluzioni non prodotti, emozioni non caratteristiche!
Corso di vendita emozionale per addetti, specialisti e consulenti.

Obiettivi: fornire gli strumenti e le tecniche per effettuare una vendita, partendo dall'analisi dei bisogni dei clienti e intercettando lo stile di pensiero corretto con cui essi si rivolgono a noi. Diffondere competenze specifiche su come affrontare una vendita emozionale.

Contenuti: il dialogo ed il rapporto di fiducia con i clienti, l'analisi degli stili di pensiero (logico, pratico, creativo). Dalla vendita alla consulenza, dal prodotto alle soluzioni. Come utilizzare in modo commerciale il proprio assortimento.

Competenze: customer orientation, emotional communication

Destinatari: addetti, specialisti della vendita e consulenti.

Metodologia: momenti d'aula (poco teorici e molto pratici) alternati ad esercitazioni ludiche individuali e di gruppo, finalizzati a sperimentare e a far comprendere in maniera attiva e creativa le tematiche proposte.

Durata: 8 ore (1 gg.)