

TECNICHE DI VENDITA E TELEMARKETING

Tecniche fondamentali di vendita e strategie di comunicazione telefonica al cliente (3 giorni)

La resistenza alla vendita è qualunque cosa faccia o dica il Cliente per fermare, ritardare o ostacolare il Venditore a concludere con successo un contatto di vendita.

E' un aspetto logico e previsto all'interno di qualunque situazione di vendita, poiché le persone abitualmente resistono, evitano o cercano di rimandare la decisione nell'acquisto. I Venditori professionisti devono anticipare e saper trattare questa reazione.

Le obiezioni sono le espressioni che rivelano la resistenza alla vendita; il personale di vendita esperto le tratta come segnali di acquisto. In altre parole le obiezioni alla vendita sono spesso delle indicazioni del fatto che il Cliente è realmente interessato al prodotto o al servizio.

La capacità di individuare, analizzare e modificare in modo corretto le obiezioni del Cliente, è spesso la chiave per ottenere successo nella vendita. E' probabile che i Clienti potenziali rimangano tali, invece di divenire Clienti, se il Venditore non è in grado di trattare in modo adeguato le loro obiezioni.



PROGRAMMA (alcuni argomenti)

La formazione del venditore del 2000: preparazione, qualità, efficacia. Le basi del marketing per capire il mercato in cui operiamo. Il Cliente: caratteristiche psicologiche e relazionali. L'atteggiamento e la mentalità vincente. Esercitazione di sensibilizzazione alla psicologia della vendita.

Come elaborare una strategia di vendita. E-commerce e cambiamento delle abitudini consolidate. La comunicazione interpersonale: sviluppo di una maggior capacità relazionale. Primo contatto con clienti potenziali e con clienti abituali. Analisi dettagliata e sistematica delle diverse fasi della vendita:

Approccio e Intervista. Presentazione di prodotti o servizi. Gestione dei dubbi e delle obiezioni del cliente. Strategie per il superamento del blocco psicologico del prezzo.

Analisi e considerazioni di gruppo.

DESTINATARI

Addetti all'ufficio commerciale, operatori di Call Center, personale commerciale che necessita del telefono per aumentare il proprio giro di affari. tenendo in considerazione le norme vigenti sul trattamento dei dati.

AZIONI POSSIBILI POST CORSO

Formazione all'uso COMMERCIALE del telefono:
Telemarketing e Teleselling
Verifica incarichi e organigramma aziendale;
Verifica adozione misure minime;
Affiancamento incaricati gestione TELEMARKETING

DOCENTE

Agostino Oliveri

Diplomato in Ragioneria-Informatica, inizia la sua attività aprendo una azienda che ha coordinato e diretto per 10 anni gestendo fino a 15 dipendenti.

Specializzato nel D.lgs Privacy 196/03, ad oggi è Privacy Consulting Certificated



in grado di offrire la massima competenza anche in : Vendita, Comunicazione, Telemarketing e Mailing, ricerca clienti e gestione DB informativo.