

CREAZIONE BANCHE DATI E TRATTAMENTO Creazione banca dati, salvaguardia e trattamento DATI in vista del TELEMARKETING 2 giorni

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.

Un tempo si chiamava Telemarketing, poi Teleselling, oggi, i Call Center di ultima generazione non si limitano più a dare informazioni telefoniche, ma gestiscono telefonate mirate a scopi commerciali ben precisi quali la ricerca di potenziali clienti, la richiesta di appuntamenti per il proprio personale commerciale, la proposta di iniziative promozionali, la vendita diretta di determinati prodotti o servizi.



Quindi le competenze di segretarie, impiegate o degli stessi venditori si sono estese in quanto non riguardano solo la capacità personale nel gestire le caratteristiche richieste dal lavoro di Marketing Telefonico: gran comunicativa e cortesia, determinazione, capacità di persuasione e un po' di ...scaltrezza, ma anche conoscenza delle regole per non inciampare nella legge.

Il seminario, ha un taglio pratico e operativo ed è mirato soprattutto al personale commerciale che si deve occupare di prendere appuntamenti commerciali, promuovere servizi, accessori, vendite, iniziative di sviluppo del fatturato.

PROGRAMMA 1° e 2° giorno (alcuni degli argomenti):

Descrizione del processo che porta alla creazione di una BANCA DATI AZIENDALE; Classificazione dei dati; Interventi necessari e minimi per la registrazione, archiviazione e trattamento dei dati provenienti dal SITO Internet mantenendo alte le misure minime di sicurezza; Misure e accorgimenti per rispettare le regole vigenti; Esercitazione di sensibilizzazione alla psicologia della vendita; Interventi necessari e minimi per il trattamento dei dati via Telefono (Telemarketing) soprattutto con l'introduzione del REGISTRO_OPPOSIZIONI; sviluppo di una maggior capacità relazionale; 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; Prove pratiche.

DESTINATARI

Addetti all'ufficio commerciale, operatori di Call Center, personale commerciale che necessita del telefono per aumentare il proprio giro di affari.

AZIONI POSSIBILI POST CORSO

Verifica incarichi e organigramma aziendale;
Verifica adozione misure minime;
Affiancamento incaricati gestione TELEMARKETING
Suggerimento azioni migliorative e/o integrazioni.

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.