

82

COMMERCIALE,
MARKETING E
COMUNICAZIONE

Durata
14 ore

**Formazione in
presenza**

PARMA, 21 e 28 marzo 2025

**Quota di
partecipazione**
450,00 € + IVA az. associate
540,00 € + IVA az. non associate

TECNICHE DI VENDITA PER SUPERARE LE OBIEZIONI E MIGLIORARE IL TASSO DI CHIUSURA DELLE VENDITE

I mercati di oggi sono i più difficili della storia, con un livello di competizione che non si è mai visto finora. I clienti esprimono sempre più obiezioni e hanno sempre più resistenze che bloccano la chiusura della vendita. Non basta più fare degli “spiegoni scientifici” per convincere il cliente. Non basta più improvvisare azioni di vendita senza capire bene quelle che funzionano. Per superare obiezioni e resistenze, per non lottare solo sul prezzo, ci si deve preparare in modo professionale alla vendita. Ci sono delle tecniche di vendita chiave per riuscirci. Queste tecniche tracciano la differenza tra la vendita professionale e la vendita amatoriale o “fatta come si faceva una volta”.

Obiettivi

- La comprensione del perché aumentano obiezioni e resistenze
- I principi di base per gestire il cliente nei mercati di oggi
- Come strutturare l’approccio al cliente e la gestione delle obiezioni

Destinatari

Responsabili Commerciali, Area manager, export manager, venditori, Imprenditori, Direttori Generali e chiunque sia impegnato nell’azione di vendita

Contenuti

- Il mondo competitivo di oggi, come impatta sul cliente e perché provoca l’aumento di obiezioni e resistenze
- Principi di base per gestire il cliente nei mercati di oggi
 - La piramide della vendita; vuoi essere un sassolino tra i sassolini?
 - Come decide il cliente di oggi: non esiste la realtà , l’importanza del pain e dell’old brain (con esercizio sulla bilancia della scelta applicata a clienti reali)
 - I tipi di vendita: semplice o complessa - lezione frontale con esercizio sulla mappatura di clienti reali
 - La vendita di valore con esercizio sulla negoziazione e sulla mappatura del pai
- L’approccio al cliente e la gestione delle obiezioni
 - La comunicazione nella vendita (con esercizio sull’ascolto)
 - Creare la relazione (con esercizio sull’elevator’s pitch)
 - Scoprire i pain (con role play sulla scoperta dei pain)
 - Definire l’imbuto di vendita Ideale
 - Gestire le obiezioni: con esercizio riferito ai casi di clienti utilizzati prima

Docente

Gianluca Celli, titolare dello studio StrategiaPmi, è specializzato nel migliorare la competitività delle aziende che vendono ad altre aziende. Ha lavorato per e con grandi aziende come Ferrari, Maserati, BMW e Accenture, ha fatto il direttore generale e ha aiutato oltre 125 aziende in moltissimi settori. È stato docente di marketing per Accademia della comunicazione di Milano, coordinatore didattico per i master vendita e marketing dell’ente di formazione della camera commercio di Bologna e docente marketing e vendite per molti enti confederali