

82

**COMMERCIALE,
MARKETING E
COMUNICAZIONE**

Durata

7 ore

**Formazione
a distanza**

6 e 19 novembre – pomeriggio

**Quota di
partecipazione**

250,00 € + IVA az. associate

300,00 € + IVA az. non associate

Iscrizione

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5

ARGOMENTARE PER PERSUADERE: COME GESTIRE LE RESISTENZE DEI CLIENTI E OTTENERE LA CHIUSURA DESIDERATA

La fase conclusiva di una vendita è cruciale: è il momento in cui tutti gli sforzi precedenti convergono verso il successo o il fallimento. Questo corso è pensato per fornire ai venditori le competenze necessarie per padroneggiare quest'arte delicata, includendo tecniche efficaci per argomentare la proposta al cliente in modo persuasivo e convincente.

Obiettivi

- Argomentare la proposta e chiudere la vendita con azioni consapevoli
- Organizzare una dimostrazione creativa
- Aumentare l'efficacia dell'argomentazione, per superare le obiezioni in fase di chiusura e per facilitare la conclusione del contratto
- Esporre le proprie ragioni e argomenti con gli occhi del cliente

Destinatari

Titolari d'azienda, responsabili vendite, key account manager, export manager e venditori.

Contenuti

- La vendita negoziale[®]: cos'è e i suoi obiettivi
- La trattativa per fasi A.I.AC.S. e i suoi vantaggi
- Il metodo VCS[®]
- I 2 presupposti della comunicazione efficace
- La comprova: cos'è
- Obiettivo della comprova
- L'importanza di saper argomentare la proposta al cliente
- L'obiettivo dell'argomentazione
- Come fare un'argomentazione efficace
- L'importanza di essere creativi
- L'effetto Ping-pong[®]
- La conclusione della vendita
- Il cliente reticente: le obiezioni alla chiusura
- Prevenire è meglio che curare: la comunicazione assertiva
- Come favorire la conclusione
- Simulazioni e analisi di casi concreti

Docente

Alessandro Fumo, sales strategist specializzato da oltre 20 anni nei settori della formazione e sviluppo vendite, ha ricoperto i ruoli di agente, capo area e direttore commerciale. Con oltre 10.000 trattative e 6.000 in affiancamento con i venditori, ha maturato competenze nella vendita di servizi, di macchinari, di beni durevoli e di largo consumo sia all'acquirente industriale sia al consumatore finale.