

CALENDARIO:

1 e 8 Febbraio 2011

A seguire dopo 2 settimane: **Follow up 25 Febbraio 2011**

DURATA:

20 ore

ORARI:

9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE:

Assoform Rimini, P.zza Cavour, 4 - Rimini

DOCENTE:

Dott. Ettore De Pompeis - TENDER Formazione e Consulenza

DESTINATARI:

Addetti all'assistenza tecnica
Tecnici impegnati in azienda

Quote Associati:

1 partecipante Euro 660,00 + IVA al 20%
2 partecipanti Euro 990,00 + IVA al 20%

Quote Non Associati

1 partecipante Euro 720,00 + IVA al 20%
2 partecipanti Euro 1.080,00 + IVA al 20%

OBIETTIVI

Ottenere più qualità nell'assistenza, aumentando la percezione di qualità del cliente.

I risultati attesi sono: fidelizzazione dei clienti, difesa dalla concorrenza e più motivazione degli attuali addetti all'assistenza tecnica.

PROGRAMMA

- Creazione del gruppo di lavoro introduzione al metodo e proposta del programma.
- La divisione dei compiti come valore dell'organizzazione non in contrasto, nelle funzioni base, con lo spirito di collaborazione ed il lavoro di squadra: definizione dell'attività di vendita/consulenza come servizio al cliente.
- Esercitazione: quali sono e come vengono utilizzate le occasioni di contatto con l'azienda cliente nell'esperienza attuale dei partecipanti.
- La posizione organizzativa e psicologica del venditore: differenze con quella dell'assistente tecnico "puro".
- Autovalutazione della capacità di comunicazione interpersonale dei partecipanti, come base per il potenziamento.
- Da esperti a "tecnici della comunicazione": abbiamo tutti esperienza di comunicazione, cosa manca per essere "abili"?
- Il "cliente" dell'assistente tecnico non sempre è quello del commerciale: come ricercare il contatto con altri interlocutori? Che cosa cambia?
- Riflessione sui rapporti tra tecniche di comunicazione e tecniche di vendita: un buon comunicatore è anche un buon venditore?
- L'assistenza tecnico-commerciale per telefono: come minimizzare i limiti del mezzo.
- Cause e rimedi per ridurre l'arteriosclerosi del processo di comunicazione.
- Descrizione ed analisi di casi di clienti difficili: la gestione dei reclami.
- Come trasformare le minacce in opportunità: differenza tra reclami ed obiezioni; gli ostacoli più comuni, l'individuazione delle cause.
- Un clima favorevole nei rapporti con i clienti: metodo e comportamenti "vincenti" per instaurarlo, mantenerlo ed utilizzarlo per lo sviluppo del business.
- Un programma di lavoro individuale per sperimentare il "nuovo" lavoro.

Follow-up (mezza giornata)

Analisi dei lavori svolti dopo il corso: cosa ha funzionato, cosa migliorare - Come comportarsi quando il cliente non chiede - Come porre domande non solo per avere informazioni - Come trasformare in occasioni di vendita l'insoddisfazione del cliente - Come trasformare una chiacchierata in una trattativa commerciale - La differenza della conoscenza dei prodotti dal punto di vista tecnico e da quello di vendita - Scoprite il vostro stile di vendita spontaneo per avere una base da cui partire - Come e da chi può essere stabilito il prezzo dei prodotti - Qual è la funzione del commerciale per quanto riguarda il prezzo - Il piano d'azione per collegare teoria e pratica.

L'ACCOGLIENZA IN FIERA: comunicazione commerciale e gestione dei contatti

CALENDARIO:

8 e 15 Marzo 2011

DURATA:

16 ore

ORARI:

9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE:

Assoform Rimini, P.zza Cavour, 4 - Rimini

DOCENTE:

CONSULTEAM di Muzio Papaveri

DESTINATARI:

Tutti coloro che si trovano a dover operare in Fiere, meeting e congressi con la clientela.

Quote Associati:

1 partecipante € 270,00 + IVA al 20%
2 partecipanti € 400,00 + IVA al 20%

Quote Non Associati

1 partecipante € 370,00 + IVA al 20%
2 partecipanti € 550,00 + IVA al 20%

OBIETTIVI

La Fiera: una vetrina passiva o un motore per l'aumento sistematico della clientela? La domanda pare retorica, ma ancora molti incaricati commerciali si trovano ad improvvisare il rapporto con i clienti, allineandolo con il lavoro quotidiano.

L'incontro in Fiera richiede invece un cambio di strategia sia nei tempi, sia nei metodi. In queste due giornate si analizzano le tattiche da applicare per trasformare un contatto fieristico in un cliente fedele.

PROGRAMMA:

- Il ruolo e la motivazione del personale commerciale in Fiera
- Marketing e immagine
- Dalla vendita alle Public Relation
- Cenni di Merchandising
- Analisi del Cliente fieristico: definizione punti sensibili
- Definizione dell'obiettivo da raggiungere
- Analisi strategica del "campo d'azione"
- La gestione del gruppo di lavoro all'interno dello "stand"
- Preparazione strumenti di promozione e/o vendita
- Preparazione di "metodologie di comunicazione"
- L'approccio mentale al potenziale cliente: dal "perdente" al "vincente"
- Contatti "attivi" e contatti "passivi"
- La prima comunicazione al cliente: come essere più empatici e convincenti
- Analisi dei bisogni del cliente: rapidità ed efficacia
- Descrizione tecnica e persuasiva di prodotti e servizi
- Presentazione dei prezzi e gestione del confronto con la concorrenza
- Chiudere efficacemente e preparare i contatti successivi
- Gestione dei contatti: cenni di mailing e telemarketing

DA VENDITORI A COSTRUTTORI DI UN'ESPERIENZA ENTUSIASMANTE PER IL CLIENTE!

CALENDARIO:
19 e 26 Aprile 2011

DURATA:
16 ore

ORARI:
9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE:
Assoform Rimini, P.zza Cavour, 4 - Rimini

DOCENTE:
Paolo Bacchini – Licensed NLP Trainer, titolo conferitogli da Richard Bandler e Jhon la Valle

DESTINATARI:
Operatori area marketing e commerciale.

Quote Associati:
1 partecipante € 400,00 + IVA al 20%
2 partecipanti € 600,00 + IVA al 20%

Quote Non Associati:
1 partecipante € 500,00 + IVA al 20%
2 partecipanti € 750,00 + IVA al 20%

OBIETTIVI

Diversi venditori si improvvisano e "tirano ad indovinare" come vendere un prodotto o un servizio ai loro clienti. I costruttori di un'esperienza entusiasmante per il cliente sanno "misurare" le esigenze del cliente, sanno comunicare come piace a lui, e sanno adattare il loro stile di vendita alle caratteristiche attitudinali del cliente. E mentre vedi e senti quello che ti circonda, e senti che la trasformazione da venditore a costruttore di un'esperienza è possibile in tutti, e senza che te ne accorgi, magicamente ti senti e ti vedi un costruttore di un'esperienza entusiasmante per il cliente, e questo fa sentire bene.

PROGRAMMA

La gestione dello stato d'animo del venditore

- Identità, valori, convinzioni - Allineamento
- La profezia che si auto avvera – Le esperienze passate
- E' l'entusiasmo che migliora la comunicazione - Come generare in te motivazione ed entusiasmo

Come capire in 30" il nostro cliente per comunicare e relazionare come piace a lui

- Come identificare il sistema rappresentativo dominante
- Come entrare il Rapport con il cliente per creare una esperienza entusiasmante

La gestione delle obiezioni

- Come disinnescare le obiezioni prima che vengono comunicate
- Come gestire un cliente particolarmente arrabbiato

IL MARKETING: STRUMENTO PER AUMENTARE IL FATTURATO DELL'AZIENDA

CALENDARIO:
19 Maggio 2011

DURATA:
8 ore

ORARI:
9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE:
Assoform Rimini, P.zza Cavour, 4 – Rimini

DOCENTE:
Dott. Carlo Canciani - Marco Redaelli & Associati srl

DESTINATARI:
Operatori area marketing e commerciale

Quote Associati:
1 partecipante € 270,00 + IVA al 20%
2 partecipanti € 400,00 + IVA al 20%

Quote Non Associati:
1 partecipante € 370,00 + IVA al 20%
2 partecipanti € 550,00 + IVA al 20%

OBIETTIVI

Il corso proposto è rivolto alle piccole e medie imprese che vogliono introdurre o migliorare la funzione marketing. Partendo dalla vision e mission aziendale, saranno presentate metodologie per l'analisi dei clienti e del mercato, dei concorrenti e dell'azienda stessa, allo scopo di definire una strategia di marketing coerente e vincente ed un piano gamma di prodotti a medio-lungo termine.

PROGRAMMA

- Definizione della vision e mission aziendale
- Analisi dei trend di mercato
- Metodi per la segmentazione del mercato
- Metodi per l'analisi dei concorrenti
- Gestione della gamma prodotti
- Analisi della user experience per ideare prodotti vincenti
- Definizione dei requisiti di prodotto per la progettazione
- Tecniche di gestione del portafoglio prodotti
- Cenni alla gestione del prezzo dei prodotti
- Il piano di lancio dei nuovi prodotti
- La valutazione delle prestazioni dei prodotti

IL CRM PER VINCERE LE TRATTATIVE: le informazioni giuste al momento giusto

CALENDARIO:

16 e 23 Giugno 2011

DURATA:

16 ore

ORARI:

9.00 - 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE:

Assoform Rimini, P.zza Cavour, 4 – Rimini

DOCENTE:

Ing. Massimo Piceni e Dott.ssa Annarita Gelasio
MASTER scarl Consulenti d'Impresa

DESTINATARI:

Operatori area marketing e commerciale

Quote Associati:

1 partecipante € 480,00 + IVA al 20%

2 partecipanti € 720,00 + IVA al 20%

Quote Non Associati

1 partecipante € 500,00 + IVA al 20%

2 partecipanti € 750,00 + IVA al 20%

OBIETTIVI

Fornire le informazioni necessarie per l'introduzione in azienda di un sistema CRM (Customer Relationship Management) e per la sua integrazione con le prassi e gli strumenti già esistenti.

PROGRAMMA

Verranno analizzati i benefici apportati da un sistema CRM e le modalità per sfruttarne le potenzialità, tanto in azienda come sul campo.

- Introduzione ai sistemi CRM
- Panoramica degli strumenti CRM esistenti
- Utilizzo del CRM nelle relazioni con il Cliente:
- Acquisizione di nuovi Clienti
- Aumento delle vendite ai Clienti esistenti
- Mantenimento dei Clienti
- Le tre anime di un CRM:
- CRM Analitico
- CRM Operativo
- CRM Collaborativo
- Integrazione del CRM con l'ERP
- Integrazione del CRM con i servizi di Customer Care
- Uso del CRM in mobilità
- Integrazione del CRM con gli strumenti telefonici

LA TELEFONATA IN USCITA:

potenziare la propria abilità di contatto nelle telefonate in emissione di chiamata

CALENDARIO:

19 Luglio 2011

DURATA:

8 ore

ORARI:

9.00 – 13.00 / 14.30 - 18.30

SEDE:

Assoform Rimini, P.zza Cavour, 4 - Rimini

DOCENTE:

Dott.ssa Fiorella Zaggia – TENDER Formazione e Consulenza

DESTINATARI:

Operatori di telemarketing
Impiegati al servizio clienti che debbono sviluppare
abilità nel contatto telefonico in uscita con clienti
acquisiti e potenziali
Operatori di altri servizi aziendali impegnati in contatti
telefonici "in uscita" temporanei, occasionali
Assistenti tecnici, promotori commerciali che debbano
contattare direttamente clienti potenziali, in emissione
di chiamata, con lo scopo di "prendere appuntamenti
per se stessi "

Quote Associati:

1 partecipante € 270,00 + IVA al 20%

2 partecipanti € 400,00 + IVA al 20%

Quote Non Associati:

1 partecipante € 370,00 + IVA al 20%

2 partecipanti € 550,00 + IVA al 20%

OBIETTIVI

Trasferire concetti "basic" concentrati su tecniche della comunicazione telefonica in emissione di chiamata.

Potenziare/affinare modalità già acquisite per "presa di appuntamenti" per incontri professionali.

Acquisire le conoscenze per preparare script in funzione dei vari obiettivi.

Riservare parte dell'incontro all'addestramento pratico con simulazione e verifica in aula

PROGRAMMA

- Caratteristiche professionali di un operatore di telemarketing
- I principi base per un uso più efficace del telefono nel rapporto commerciale
- I fattori di successo della comunicazione con un interlocutore "invisibile"
- Lo Script: elementi per costruirlo e adoperarlo con successo
- Conduzione professionale del colloquio telefonico
- Il concetto di empatia : allenamento a farla divenire una propria leva di efficacia
- Superare obiezioni e richieste del cliente al telefono
- L'aspetto organizzativo: prima, durante, dopo la telefonata