

# ParkerBrownConsulting

**LA FORMAZIONE NELL'AREA  
COMMERCIALE E SVILUPPO VENDITE**  
( PER SAPERNE DI PIÙ, VISITA IL SITO [WWW.PARKERBROWNCONSULTING.COM](http://WWW.PARKERBROWNCONSULTING.COM))

## **CORSI DI FORMAZIONE NELL'AREA COMMERCIALE**

Noi ci impegniamo nella preparazione del corso affinché la nostra sessione di formazione non sia standard, ma possa quanto più possibile essere vicina alle tematiche vissute da chi è presente in aula. Per preparare il corso, quando ci viene permesso, noi chiediamo di affiancare durante una sua giornata lavorativa qualcuno di quelli a cui la formazione è indirizzata per poter meglio personalizzare il corso.

Questo fa sì che i corsi qui descritti siano adatti a qualunque forza vendita, diretta ed indiretta, di beni o servizi. I corsi durano 2 o 3 giorni in aula, poi possono estendersi con una attività di coaching effettuata affiancando il candidato e valutandone la performance.

Il catalogo riportato qui di seguito è puramente esemplificativo. Siamo in grado di disegnare il percorso formativo più idoneo in base alle vostre esigenze modulando gli argomenti da trattare.

### **Corso base delle tecniche di vendita**

le tecniche di vendita per porre domande, argomentare, rispondere alle obiezioni e concludere

Indirizzato a chi comincia la carriera nelle vendite oppure è un venditore con esperienza, ma è stato poco esposto a corsi formativi.

Verranno date le nozioni basilari della vendita e poi tante esercitazioni, prove pratiche e simulazioni concrete per acquisire in automatico il giusto comportamento per vendere.

#### **PROGRAMMA**

##### **La pianificazione**

- La pianificazione delle visite giorno \ settimana \ mese e la gestione del tempo

##### **La preparazione**

- Raccogliere le informazioni : come
- Conoscere il proprio mercato
- Definire gli obiettivi
- Prevedere le obiezioni
- Preparare gli strumenti necessari

Esercitazioni sulla gestione del tempo e sulla preparazione della visita

##### **Le fasi della visita**

- Approccio
- Argomentazione
- Gestione obiezione

Esercitazioni sulla comunicazione, verbale - non verbale, sulle tecniche di ascolto e intervista

Esercitazioni sull'argomentazione e sulle tecniche di risposta alle obiezioni

## **Chiusura della vendita**

- I segnali di chiusura
- La chiusura
- La registrazione della visita
- Definire i prossimi obiettivi

Esercitazioni sulla registrazione scritta della visita, sulla capacità di sintesi

## **Corso avanzato delle tecniche di vendita**

Comunicare in modo persuasivo ed efficace, tramutare le proprie esigenze in bisogni del cliente

Indirizzato a chi già vende da almeno un anno, questo corso si focalizza sulla tecnica di comunicazione ottimale per gestire le trattative, siano esse lunghe e complesse, oppure veloci, magari fatte di fronte lo scaffale.

Viene approfondito il processo negoziale, il ruolo ed il comportamento della controparte. Si sviluppano le capacità per essere visto come portatore di soluzioni e non solo venditore di prodotti.

## **PROGRAMMA**

### **Principi di negoziazione**

- Riconoscere la situazione negoziale e identificare i comportamenti più efficaci per quella situazione.

### **Focus su : La Negoziazione win – win**

- Scindere le persone dal problema
- Concentrarsi sugli interessi
- Produrre soluzioni vantaggiose
- Gestire le situazione non chiare

### **Preparare con metodo la trattativa.**

- Raccogliere informazioni,
- Definire gli obiettivi ( minimo , massimo, non accettazione )
- Identificare le zone d'accordo possibile e i punti non negoziabili
- Preparare la strategia di negoziazione

### **Presentare la propria proposta**

- Imparare ad utilizzare lo schema :
- Sintesi della situazione
- Far emergere le esigenze della controparte
- Valorizzare le caratteristiche del prodotto e dell'offerta in termini di risposta alle loro esigenze

### **Gestione delle obiezioni**

- Tecniche per trattare le obiezioni
- Lo schema di risposta I-C-V-R

### **Focus su : Come trattare l'argomento “ Prezzo “**

- Metodi per presentare e difendere il prezzo di vendita
- Come rispondere all'obiezione: "è troppo caro"

### **Come chiudere la visita**

- Metodi di chiusura della trattativa
- Il riepilogo della trattativa
- E se va male ..... : ecco come proseguire

Ognuno di questi capitoli sarà trattato effettuando numerose esercitazioni con i partecipanti su casi concreti. Verranno simulate diverse negoziazioni per allenarsi alla presentazione del proprio prodotto/servizio in termini di vantaggi, per valutare i propri comportamenti negoziali, per gestire e superare le obiezioni, per negoziare sugli aspetti economici.

## **La gestione dei grandi clienti**

Tenere sotto controllo i clienti importanti, definire il budget ed il conto economico e pianificare il loro raggiungimento.

Indirizzato ai Key Account e a chi è responsabile di clienti strategici per l'azienda perché già importanti o potenziali e che necessitano di una gestione accurata e completa.

Il corso si snoda attraverso lo studio di casi portati in aula dal relatore ed anche su esempi di grandi clienti dei partecipanti.

### **PROGRAMMA**

#### **Lo scenario della GD**

- La strategia dei gruppi di distribuzione
- La situazione attuale
- I possibili assi evolutivi
- Le opzioni negoziali
- Il ruolo attuale del buyer

#### **Il ruolo del Key Account**

- L'evoluzione del ruolo : da venditore a consulente commerciale
- Il ruolo dell' Account in futuro

#### **Come fare la business review**

##### **La fotografia attuale del cliente**

- I dati di performance ( e dove reperire i dati )
- Analisi di dati quantitativi
- Analisi di dati qualitativi
- Il presidio commerciale della catena
- Analisi rischi \ opportunità

##### **L' analisi delle condizioni commerciali**

- Il conto economico di cliente

#### **Il piano cliente**

##### **Le implicazioni contrattuali**

- Le linee guida del nuovo contratto
- L' allineamento delle condizioni contrattuali

##### **La definizione della nuova strategia**

- La definizione delle priorità e degli obiettivi
- La strategia di Trade Marketing

##### **La pianificazione delle attività**

- Costruire la pianificazione delle attività

## **La negoziazione complessa**

### **La preparazione**

- analizzare la posizione strategica di ogni cliente
- gerarchizzare i clienti e allocare le risorse

### **L'apertura della negoziazione:**

- trovare adesione da parte del distributore su una visione di sviluppo del volume d'affari
- vendere la propria posizione di 'fornitore contribuente'

### **La chiusura per arrivare ad un accordo win-win**

- Far leva sulla logica degli interessi
- L'importanza delle esigenze iniziali
- Presentare i propri obiettivi come risposta alla esigenza del buyer
- Ottenere una contropartita per ogni concessione
- Convalidare le contropartite 'tacitamente accettate'
- Prendere l'iniziativa della conclusione

Verranno simulate diverse negoziazioni per allenarsi con i partecipanti su casi concreti.

## **Tecniche di Presidio del punto vendita moderno**

Tecniche e comportamenti per presidiare il punto vendita e stabilire una relazione efficace con il cliente

Indirizzato alle figure della forza vendita che presidiano i punti vendita alto-potenziati quali gli ipermercati, i grandi supermercati, le grandi aree vendita della distribuzione specializzata.

Il corso entra molto nell'operatività quotidiana soprattutto quando descrive passo per passo l'attività che questa figura professionale deve svolgere all'interno del punto di vendita.

### **PROGRAMMA**

#### **Il ruolo del Field Account**

( o Merchandiser\Store Manager\Sales Representative)

##### **Ruolo e compiti del Field Account**

- Cosa deve fare il Field Account

##### **La giornata di vendita , passo per passo**

- Le attività da compiere nel pdv :
  - in caso di visita di verifica
  - in caso di fuori stock
  - in caso di promozione

##### **Cosa fare e come risolvere i problemi**

- in caso di visita di verifica
- in caso di fuori stock
- in caso di promozione
- in caso di prezzi fuori controllo

#### **L'organizzazione del lavoro**

##### **La pianificazione**

- Come pianificare il giro visita del giorno \ settimana\ mese

##### **La preparazione**

- Raccogliere le informazioni
- Preparare gli strumenti necessari
- Costruirsi il book di vendita
- Definire gli obiettivi

Esercitazioni sulla gestione del tempo e sulla preparazione della visita

#### **Principi di Merchandising**

##### **Il comportamento del consumatore**

- Chi acquista: Shopper o consumatore
- Acquisto programmato ed acquisto d'impulso

##### **Il punto vendita**

- Il layout del punto vendita di grande superficie
- Le zone calde e le zone fredde
- Le aree promozionali

## **Lo scaffale**

- La vendibilità dei ripiani
- Tecniche espositive dei prodotti

## **Principi di comunicazione negoziale**

### **La comunicazione verbale e non verbale**

Esempi ed esercitazioni

### **Le fasi della visita**

- Approccio
- Essere un venditore a colori
- L' Argomentazione
- La Gestione obiezione
- La chiusura dell'accordo
- La registrazione della visita

Prendendo dei casi concreti di attività che si svolgono sul punto vendita verranno effettuate numerose simulazioni ed esercitazioni sulla comunicazione, verbale - non verbale, sulle tecniche di ascolto e di intervista. Verranno effettuate esercitazioni sull'argomentazione e sulle tecniche di risposta alle obiezioni.