

La Fase di Intelligence

La conduzione della fase più delicata del processo di vendita: la scoperta delle esigenze e delle opportunità del cliente

Obiettivi:

Il corso ha l'obiettivo di fornire le metodologie comportamentali per condurre efficacemente la fase di esplorazione delle esigenze aziendali del cliente che opera nel 'Business to Business, Industriale.

Il contesto considerato è quello delle Vendite Complesse, dove cioè più interlocutori influenzano il processo di acquisto. Si porrà attenzione a:

- a) I metodi di individuazione della 'Mappa di Potere, all'interno delle aziende da acquisire o da fidelizzare; le moderne 'Strategie di Ingresso,;
- b) La fase di 'Intelligence,, momento delicato e complesso di definizione delle reali esigenze dei clienti, siano esse palesi o latenti, e dell'intero contesto organizzativo ed operativo del cliente.

Destinatari: Funzionari di vendita, Key Account Manager, tecnici commerciali

Programma:

- Elementi base del Marketing industriale e dei servizi
- La fedeltà dei clienti
- La Matrice Acquisti
- I 3 orientamenti alla vendita: Reattiva, Propositiva e del Valore
- La Preparazione della visita
- La fase di 'Intelligence: scoperta e analisi delle esigenze operative palesi o latenti del cliente
- Costruire la fase di analisi delle esigenze attraverso le domande strategiche
- La scoperta della Mappa di Potere all'interno dell'è
- Generare nel cliente il senso di urgenza ed importanza della soluzione

Durante il seminario i partecipanti si cimenteranno in esercitazioni e simulazioni individuali e di gruppo studiate sulla reale ed attuale situazione di mercato nel settore di riferimento.