

Selling by Colors

Interagire consapevolmente ed efficacemente con i diversi stili comportamentali dei clienti (secondo il metodo DISC®)

Obiettivi:

Il Metodo DISC® è uno dei più noti ed accreditati studi del comportamento al mondo. Basato sugli studi di Carl Gustav Jung e William Marston nel XX secolo, parte dal presupposto che le persone hanno modi differenti di rapportarsi con il mondo esteriore e danno diversa importanza a relazioni e sentimenti rispetto a fatti e risultati.

Il programma formativo si pone l'obiettivo di utilizzare la metodologia DISC® per aumentare l'efficacia relazionale con i clienti, acquisire consapevolezza dei propri stili comportamentali dominanti e comprendere come interagire consapevolmente con tutti gli stili comportamentali dei clienti.

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

Programma:

- L'importanza attuale dell'aspetto relazionale e di quello tecnico nel rapporto con i clienti
- I livelli di Relazione e Contenuto nella Comunicazione secondo Paul Watzlawick
- Le personalità Estroverso ed Introverso secondo Carl Gustav Jung
- ❑ *Test individuale DISC®*
- I 4 stili comportamentali del metodo DISC® :
 - Dominante / Determinato
 - Influyente / Socievole
 - Stabile / Cooperativo
 - Coscienzioso / Analitico
- Descrizione dei 4 stili comportamentali
- Punti forti e punti deboli di ogni stile
- ❑ *Test individuale DISC® (feedback sui risultati e discussione)*
- ❑ *«Guess my Style»: gioco di gruppo*
- ❑ *Lavori di Gruppo: come migliorare la propria efficacia comunicativa a seconda del proprio stile comportamentale*
- Riconoscere gli stili comportamentali altrui
- *Lavori in plenaria: come comunicare efficacemente con ogni stile comportamentale*

VENDERE A COLORI

- Momenti critici e aree di attenzione in ogni fase di vendita
- Gli stili comportamentali e le fasi di vendita:
 - Analisi delle Esigenze: le domande giuste per i vari stili
 - Presentare efficacemente la soluzione ai vari stili
 - Negoziare con i vari stili
- ❑ *Simulazioni: incontriamo un prospect o un cliente attivo ed attuiamo le metodologie apprese*