



*Creating Your Future*

## PROGRAMMA DI FORMAZIONE COMMERCIALE

- 1 Obiettivi
- 2 Contenuti
- 3 Metodologie didattiche
- 4 Modalità di partecipazione
- 5 Prezzi

## 1 - Obiettivi del percorso di formazione

- Obiettivi specifici del percorso formativo sono i seguenti:
  - Sviluppare sensibilità verso un approccio strutturato alla vendita
  - Far comprendere il rapporto tra risultati commerciali, organizzazione e stili di vendita
  - Focalizzare l'attenzione sull'importanza della relazione con i propri interlocutori interni/esterni come fattore critico di successo
  - Illustrare le principali tecniche per la conduzione di trattative efficaci
  - Migliorare le skills di comunicazione e di ascolto come basi per la costruzione e gestione di rapporti efficaci con la clientela
  - Sviluppare consapevolezza in ciascun partecipante riguardo i propri punti di forza e di debolezza rispetto alle problematiche trattate per riuscire a valorizzare al meglio le proprie potenzialità.
  - Sviluppare sensibilità verso il miglioramento continuo della propria professionalità



## 2 - Contenuti Didattici

- **I° MODULO (2 giornate) - LA GESTIONE DELLE RELAZIONI CON LA CLIENTELA**
  - Comunicazione ed immagine aziendale
  - Struttura e processo della comunicazione
  - Tipi e modalità di comunicazione
  - Stili e tecniche di comunicazione
  - Efficacia ed efficienza della comunicazione
  - Il ruolo dell'ascolto
  - Rapporti one-to-one e one-to-many
  - Particolarità della comunicazione telefonica
  - L'impostazione del rapporto con l'interlocutore
  - La conduzione del colloquio telefonico
  - Criticità e modalità di superamento
  - I comportamenti da evitare
  - Alcuni standard di presentazione
  - La soluzione dei problemi
- **II° MODULO (3 giornate) - LE TECNICHE DI MARKETING E VENDITA**
  - Approcci commerciali e Customer Satisfaction
  - L'orientamento alla trattativa
  - L'orientamento alla relazione con il cliente
  - Vendita e fidelizzazione
  - Le tecniche e le strategie negoziali
  - Le competenze necessarie
  - L'organizzazione e programmazione dell'attività promozionale e di vendita
  - La definizione degli obiettivi
  - Le modalità per la raccolta e la gestione delle informazioni
  - La determinazione delle reali esigenze del cliente
  - Le argomentazioni di vendita
  - La gestione delle obiezioni
  - Le tecniche di superamento
  - La gestione dei reclami e dei disservizi

### 3 - Metodologie Didattiche

- Il materiale didattico comprende:
  - Il manuale del corso
  - Le esercitazioni da svolgere ed i casi da analizzare
- Il programma didattico del progetto farà ricorso a varie tecniche per favorire una partecipazione globale: ai metodi tradizionali, basati sulla trasmissione di concetti teorici, verranno affiancate alcune metodologie attive che favoriscono l'apprendimento tramite l'esperienza. In particolare, la didattica richiederà:
  - esercitazioni guidate;
  - Simulazioni e role-playing videoripresi;
  - discussioni e valutazioni interattive;
  - lavori di gruppo;
  - analisi di casi.
- Nel concreto, il lavoro sarà basato sulla suddivisione dei partecipanti in gruppi operanti in autonomia ed aventi il docente come supporto esterno.
- In questo ambito i partecipanti avranno l'opportunità di confrontarsi con concreti problemi operativi sui quali saranno chiamati a fornire risposte risolutive operando perciò una continua verifica di quanto appreso in aula, combinando bagaglio tecnico e pratica operativa.
- A ciascun partecipante sarà pertanto richiesto un esame approfondito delle tecniche e degli approcci trattati in aula attraverso l'esame di casi aziendali, letture aggiuntive e discussioni di gruppo.

## 4 – Modalità di partecipazione



- Ø Il programma prevede due moduli per un totale di 5 giornate di formazione in aula. Ogni edizione del corso si intende rivolta ad un gruppo di max 12 persone per consentire di gestire l'elevata interattività necessaria per questo tipo di attività formative.
- Ø Ciascun modulo viene svolto con periodicità mensile ad esclusione del mese di agosto.
- Ø I due moduli possono essere svolti anche separatamente e a distanza di uno-due mesi uno dall'altro in modo da favorire la "metabolizzazione" dei contenuti.
- Ø Le sedi di svolgimento sono **Roma e Milano**.
- Ø E' inoltre possibile svolgere il corso internamente all'azienda cliente nel caso di almeno 5 iscritti. In questo caso le sedi e le date di svolgimento possono essere concordate.

## 5 - Prezzi

- Il prezzo per persona del I° Modulo di due giornate è di 640 euro (+iva)
- Il prezzo per persona del II° Modulo di tre giornate è di 960 euro (+iva)
- Per 3 iscritti della stessa azienda è previsto uno sconto del 10%, per quattro o più iscritti della stessa azienda è previsto uno sconto del 15%
- Nel caso di corsi progettati e svolti “ad-hoc” per singole aziende e con almeno 7 partecipanti il prezzo è trattabile

Per informazioni



*Creating Your Future*

**HumanWare s.a.s.**  
**Via Tino Buazzelli, 51 - 00137 Roma**  
**+39 06 823861**  
[www.humanware.it](http://www.humanware.it)  
[humanware@humanware.it](mailto:humanware@humanware.it)