



TRAINING

VENDERE
e
COMUNICARE

Riservato ad agenti e venditori

(3 giornate intervallate)

Progetto nr v054az14



OBIETTIVI E CONTENUTI

1. INTERPRETARE IL PROPRIO RUOLO CON ORGOGLIO, POSITIVITÀ, CREATIVITÀ E CORAGGIO, RAFFORZANDO LA PROPRIA AUTOMOTIVAZIONE AL MIGLIORAMENTO CONTINUO:

- ✚ Sviluppare e "coltivare" **positività** verso se stessi, i Clienti, l'Azienda.
- ✚ Saper interpretare i fallimenti come risultati e stimoli a crescere.
- ✚ Saper mobilitare in se stessi e nei Clienti energie positive, motivazione a collaborare, spinta propulsiva ad agire.
- ✚ Saper affrontare le sfide in modo creativo, con fiducia personale e con coraggio.
- ✚ Utilizzare la propria "*intelligenza emotiva*" per aumentare la consapevolezza del proprio stato d'animo e riuscire a modificarlo
- ✚ Mantenere autocontrollo emotivo e positività anche nelle situazioni ad "*alta pressione*".

2. RAFFORZARE L'EFFICACIA NELLA COMUNICAZIONE IN FASE DI APPROCCIO, ANALISI, ASCOLTO, GUIDA:

- ✚ Influire positivamente fin dal primo contatto ed ottenere dal Cliente fiducia e credibilità:
 - ✓ linguaggio verbale, paraverbale e non verbale
 - ✓ influire positivamente fin dai primi 20 secondi, nel primo contatto, ma anche ogni volta che si ripete l'incontro o la telefonata
 - ✓ calibrare lo stile di comunicazione del Cliente: parole chiave, linguaggio, metafore ricorrenti, postura, tono, ritmo e volume della voce, e modellare il proprio per adeguarlo al Suo
 - ✓ saper individuare, ascoltando e osservando, nel più breve tempo possibile, su quali visioni e "mappe mentali" il Cliente basa le sue scelte.



- ✚ Saper negoziare facendo le domande giuste nel modo giusto e nel più breve tempo possibile:
 - ✓ rendersi conto che ogni Cliente ha le "sue" attese e abbandonare la visione *"so già tutto quello che c'è da sapere su di lui"*
 - ✓ sviluppare la propria creatività e impiegarla nella scoperta dei bisogni **(espresi e non espresi)** del Cliente
 - ✓ far emergere che cosa il Cliente stesso non ha ancora scoperto circa i suoi bisogni e aiutarlo a individuarli **(bisogni latenti)**
 - ✓ andare oltre alla individuazione di bisogni, desideri e progetti del Cliente: saper scoprire i valori che stanno alla base delle sue decisioni, per aiutarlo a soddisfarli **formulando la "giusta" proposta.**

- ✚ Saper ascoltare e saper osservare:
 - ✓ "leggere" le parole e i comportamenti non verbali del Cliente per capire non solo quello che dice e il modo in cui lo dice, ma anche quello che non dice
 - ✓ individuare le strategie del processo di decisione del Cliente, farsi un'**immagine pertinente dei meccanismi che lo inducono a fare le sue scelte**, per potersi inserire efficacemente in essi e orientarli verso la decisione finale.
 - ✓ saper accettare, agevolare e guidare le altrui credenze, opinioni, visioni
 - ✓ saper riconoscere e gestire empaticamente le emozioni, siano positive o negative, del Cliente durante la trattativa.

3. GESTIRE LA RELAZIONE TELEFONICA

- ✚ comunicare con il cliente utilizzando il telefono:
 - ✓ la telefonata per fissare un appuntamento con un potenziale cliente
 - ✓ gestire i clienti esistenti con telefonate cordiali e incisive.
 - ✓ Monitorare la soddisfazione dei clienti con comunicazioni telefoniche eccellenti.
 - ✓ Gestire e coinvolgere e valorizzare tutti gli interlocutori che rispondono.

4. PERSONALIZZARE LE SOLUZIONI OFFERTE AL CLIENTE, AFFINCHÉ SIANO PERCEPITE COME "IDEALI PER LUI":

- ✚ La formulazione di una proposta personalizzata:
 - ✓ tecniche di comunicazione per aiutare il Cliente a comprendere l'essenziale in breve



- ✓ riuscire a concentrare la presentazione di una soluzione/opportunità nel più breve tempo possibile concentrandosi sull'essenziale per chi deve decidere, e non su tutto ciò che si sa.
- ✓ saper valorizzare gli aspetti positivi dell'Azienda e dei suoi prodotti /servizi, decisivi per il Cliente in base ai bisogni, desideri, progetti, valori emersi
- ✓ saper valorizzare il punto di vista del Cliente sulla proposta effettuata, afferrando gli aspetti utili/importanti per lui.
- ✓ l'uso delle immagini e delle metafore
- ✓ sentirsi responsabili al 100% del risultato della propria presentazione
- ✓ vivere le domande e le obiezioni del Cliente come un'opportunità anziché come un disturbo come fonte di apprensione.

5. ESSERE ATTIVI NEL PROCESSO DI FIDELIZZAZIONE NEL TEMPO DEL CLIENTE:

✚ Mettere consapevolmente e costantemente in atto comportamenti che aiutano a fidelizzare il Cliente nel tempo, creando uno "scudo" nei confronti della concorrenza:

- ✓ i comportamenti che conducono alla piena soddisfazione del Cliente: qualità attesa e qualità "eccitante"
- ✓ saper cogliere, in ogni occasione di contatto e di assistenza, una opportunità
- ✓ come diventare, per il Cliente, un **PARTNER insostituibile**.

6. SAPER ESSERE INCISIVI NELLA FASE FINALE DELLA TRATTATIVA:

- ✚ Concludere di più e concludere meglio:
- ✓ catturare consapevolmente i consensi sulla strada della decisione favorevole
 - ✓ acquisire più **coraggio e determinazione** nel momento della conclusione, dominare l'emozione e saper infondere sicurezza
 - ✓ saper cogliere il momento favorevole (e talvolta irripetibile) per indurlo ad agire
 - ✓ saper trasformare un "ci penso" in una decisione favorevole, esercitando la più alta pressione possibile, evitando comunque di irritarlo.



METODOLOGIA DIDATTICA

Il Training previsto va oltre alla semplice sensibilizzazione (*teorica esposizione di concetti che i partecipanti dovrebbero poi applicare*) e **agisce in profondità sul singolo individuo per produrre il cambiamento auspicato** nelle sue visioni, nei suoi atteggiamenti, nei suoi comportamenti, nella **pratica concreta** della sua azione quotidiana e in relazione alla specificità della sua funzione.

Durante il Training i Partecipanti svolgono:

- **esercitazioni in aula** (Lavori di Gruppo, Brainstorming, Role-playing, riflessioni con modulistica personalizzata) su aspetti reali tratti dalla pratica quotidiana;
- **osservazione e sistematizzazione** in aula di varianti di comportamento proposte dal trainer;
- **immediato allenamento collettivo** in aula sulle varianti proposte con adeguata personalizzazione;
- **sperimentazione pratica nella propria realtà**, per un ben calibrato periodo di tempo, di quanto vissuto in aula, verso **obiettivi specifici** e secondo un programma concordato preventivamente con il trainer;
- **autoapprendimento** tramite **letture** che inducono all'autoanalisi e all'automotivazione verso il cambiamento;
- **autoapprendimento** tramite **elaborati scritti** negli intervalli tra le diverse giornate, oggetto di confronto tra i Partecipanti e il trainer.



Prima dell'inizio del training:

- ➔ Ogni partecipante riceve:
 - Lettera d'invito (*fornire informazioni, definire le regole*)
 - Una dispensa allegata da leggere (*motivare*).
 - Elaborato da preparare (*attivare*).

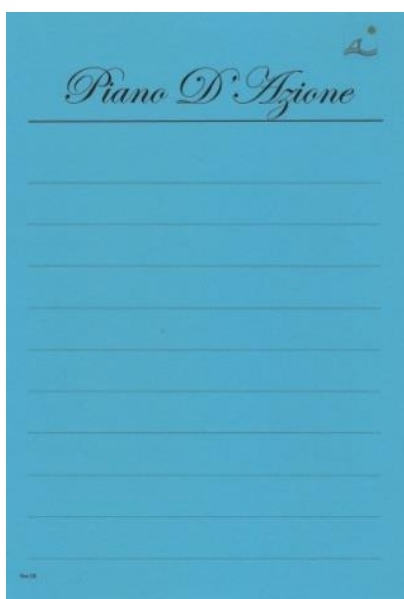


Durante le giornate d'aula:

- ➔ Si svolgono esercitazioni pratiche (lavori di gruppo, brainstorming, role-playing, riflessioni con modulistica personalizzata, visione di brani filmati) su aspetti reali tratti dalla pratica quotidiana.



- ➔ Ogni partecipante redige autonomamente un piano d'azione con obiettivi di cambiamento concreti (che cosa, con chi, in quale situazione, come) condividendolo con i colleghi e il trainer.

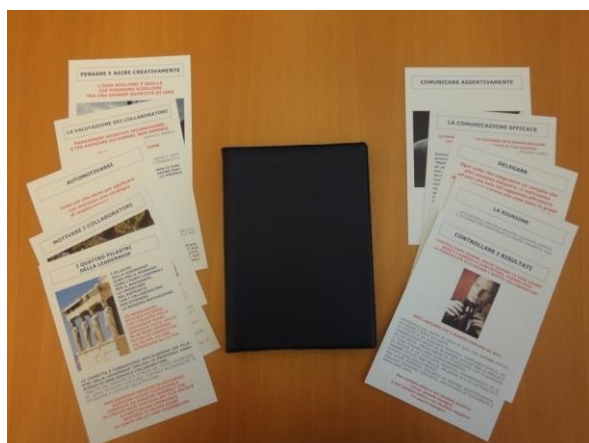




- ➔ Si approfondiscono i temi teorico/pratici con modalità **maieutica**: coinvolgimento e condivisione continui, personalizzazione dei casi trattati, attenzione costante alla pratica e al miglioramento.
- ➔ A partire dalla seconda giornata si effettua una pragmatica e puntuale **verifica dei risultati e progressi** ottenuti attraverso la sperimentazione pratica con scambio di esperienze e "arricchimento" reciproco. Il processo di cambiamento è agevolato dalla spinta all'emulazione positiva (community learning, best improvement). Il rinforzo è sul "fare, applicare, sperimentare" ancora più che sull'"ottenere": l'allenamento produce cambiamenti durevoli più del singolo risultato.



- ➔ Si leggono, commentano e distribuiscono, per ogni obiettivo didattico, **schede-memo** riassuntive ed esemplificative che agevolano la trasposizione sul campo.





Nell'intervallo tra una giornata e l'altra:

- ➔ Si utilizzano le schede-memo per:
 - rivisitare gli argomenti;
 - prepararsi coerentemente ad una situazione concreta;
 - farsi un'autovalutazione oggettiva;
 - continuare ad apprendere.



- ➔ Si sperimenta praticamente nella propria realtà di quanto vissuto in aula coerentemente con il **piano d'azione**: ogni partecipante redige un diario dei risultati (positivi e negativi) più significativi utili per la condivisione e l'approfondimento.



- ➔ Si favorisce l'autoapprendimento tramite letture di dispense che forniscono rinforzi teorici e inducono all'autoanalisi e all'automotivazione verso il cambiamento.





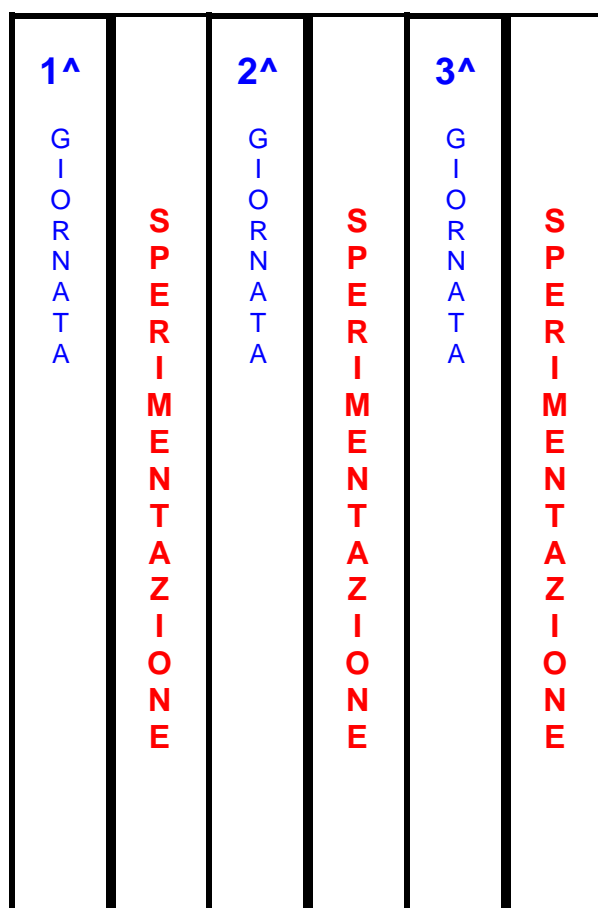
STRUTTURA DEI TRAINING

Per assicurare il raggiungimento dei risultati attesi e al fine di consentire:

- ✓ Apprendimento non solo parlando, ma sperimentando sia in aula che sul campo;
- ✓ Applicazione immediata personalizzata;
- ✓ Verifica individuale dei progressi e dei risultati;
- ✓ Un reale cambiamento nei partecipanti assicurando risultati duraturi nel tempo;
- ✓ La possibilità di sperimentare nella propria realtà i comportamenti appresi verificandone la fattibilità e l'efficacia.

La **struttura è intervallata**:

un giorno d'attività in aula e circa un mese di **sperimentazione, assimilazione, personalizzazione (piano d'azione)** nella pratica di quanto costruito:

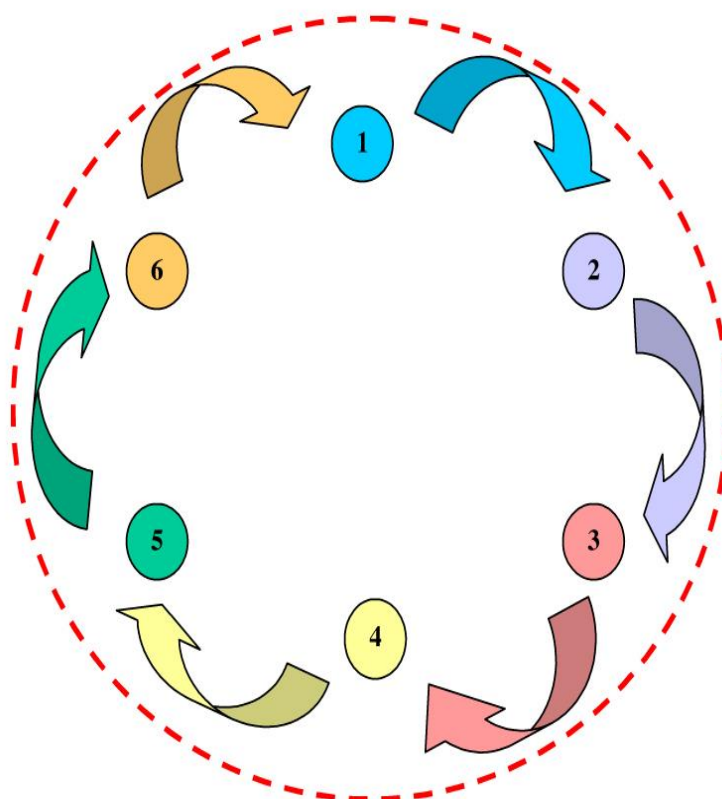


LA DURATA REALE DEL PERCORSO FORMATIVO VA BEN OLTRE LE 3 GIORNATE IN AULA E COMPRENDE DI FATTO I CIRCA 90 GIORNI DI ALLENAMENTO SUL PROPRIO POSTO DI LAVORO.



OGNI PARTECIPANTE (MASSIMO 13), PER **OGNI** TEMA AFFRONTATO, E' CONDOTTO ATTRAVERSO **6 FASI DI APPRENDIMENTO**:

- 1. DIMOSTRAZIONE E ANALISI DEL PROPRIO COMPORTAMENTO ABITUALE;**
2. OSSERVAZIONE E RIFLESSIONE DI UN COMPORTAMENTO DIVERSO COSTRUITO CON IL CONTRIBUTO DI TUTTI E PROPOSTO DAL TRAINER;
- 3. CONCETTUALIZZAZIONE E SISTEMATIZZAZIONE TEORICA;**
- 4. SPERIMENTAZIONE ATTIVA IN AULA;**
- 5. SPERIMENTAZIONE NELLA PROPRIA PRATICA PER UN BEN CALIBRATO PERIODO DI TEMPO (PIANO D'AZIONE);**
- 6. RINFORZO DEL RISULTATO POSITIVO OTTENUTO.**





Progetto nr. C54az14

ASPETTI ORGANIZZATIVI

(Da rendere timbrato e firmato per accettazione)

Gruppi partecipanti: **Massimo 15 partecipanti per gruppo.**

Gruppi previsti: **1**

Responsabile progettazione e qualità: **Antonio Zanaboni**

Preparazione al training:

Ogni partecipante, 15 giorni prima dell'inizio di ogni fase del training, riceverà il materiale di preparazione alla prima giornata. Vi preghiamo pertanto di farci pervenire l'elenco dei partecipanti 20 giorni prima dell'inizio del training.

Trainer incaricato: **Antonio Zanaboni**

Date di svolgimento:

<u>1^ giornata</u>	<u>2^ giornata</u>	<u>3^ giornata</u>
28 marzo 2014	30 aprile 2014	23 maggio 2014

Orario: **dalle 9.00 alle 17.30 con intervallo per colazione di lavoro e coffee break**

Sede di svolgimento: **vostra sede di Milano**

CONDIZIONI GENERALI

Per il conseguimento dei risultati attesi, la didattica prevede una continuità di presenze per tutte le giornate previste.

Qualora, per motivi imprevedibili ed eccezionali, un partecipante dovesse risultare assente a una o più giornate del training si conviene che:

- l'assenza alla *prima giornata* del training non consente di proseguire nel training stesso;
- l'assenza a *due giornate* di training, anche non consecutive, non consente di proseguire nel training stesso;
- l'assenza nell'ultima giornata di training non consente di ricevere il diploma/attestato del training.

Al fine di consentire lo svolgimento dei lavori secondo le dinamiche richieste dal training, non saranno ammesse in aula persone non appartenenti al gruppo dei partecipanti.

Desideriamo precisarvi che nel caso una giornata di training dovesse essere spostata ad altra data, a Training, iniziato, la stessa Vi verrà addebitata, per ovvie ragioni di programmazione, in ragione del 100% se la comunicazione ci perverrà nei 4 giorni antecedenti la giornata stessa; in ragione del 50% se tale comunicazione ci perverrà tra il 29° e il 5° giorno antecedente la giornata stessa.

TUTELA DELLA RISERVATEZZA

Training Meta srl si impegna a mantenere il massimo riserbo sulle informazioni di cui verrà a conoscenza nel corso dell'analisi preventiva, della progettazione e della conduzione del Training.