



TELEFONO e MAIL,
come far crescere le opportunità di vendita.

9 ottobre e 13 novembre 2015
(2 giornate intervallate)



OBIETTIVI E CONTENUTI

- ✓ Diventare più consapevoli, nel rapporto con i clienti delle proprie **potenzialità** non ancora utilizzate pienamente; dei propri personali limiti spesso frutto di pregiudizi, timori e abitudini.
- ✓ Sentirsi **responsabili** (= abili a rispondere) della qualità e dei risultati del proprio servizio.
- ✓ Accrescere la **gioia** e l'**orgoglio** per il proprio lavoro.
- ✓ L'automotivazione per **trasmettere positività e simpatia** ed essere generatori di un'atmosfera positiva e collaborativa con i clienti e tra i colleghi.
- ✓ Superare le limitazioni dell'abitudine e della routine pensando e applicando **comportamenti innovativi**.
- ✓ Diffondere il principio che *Il Cliente è Re* e che l'Azienda ha come obiettivo, in tutte le funzioni e in ogni situazione, **il miglioramento continuo della qualità del servizio** per la piena soddisfazione del Cliente.
- ✓ I comportamenti più adatti per **valorizzare** l'immagine dell'Azienda e dei prodotti fin dai primi 20 secondi della telefonata, ma anche ogni volta che si ripete l'incontro, la telefonata o l'e-mail.
- ✓ Far sentire il Cliente **ascoltato, accettato, valorizzato, compreso, rassicurato**.
- ✓ Rendere più **incisiva** la propria azione nei confronti del Cliente influenzando sulle sue decisioni, creando se possibile nuove esigenze (qualitative e quantitative).
- ✓ Accontentare il Cliente che esprime una richiesta, ma saper anche esplorare ulteriori necessità per essere **propositori** offrendo altri prodotti o servizi.
- ✓ Saper comunicare in modo **coinvolgente, chiaro, sintetico**.
- ✓ Dare riconoscimenti e "*carezze psicologiche*" al Cliente interessandosi sinceramente a lui con cortesia e calore.
- ✓ Porre domande al Cliente per comprendere a fondo **la sua esigenza, le sue attese, il suo problema**.



- ✓ Sapersi fare un'**immagine panoramica delle esigenze del Cliente** affinché egli conosca e sia stimolato ad acquistare tutta la gamma dei prodotti.
- ✓ 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**".
- ✓ Trasmettere **certezze e sicurezze** anche con la voce: sorriso, articolazione, volume, intensità, ritmo e modulazione del tono.
- ✓ Saper riconoscere e gestire empaticamente le emozioni, siano positive o negative, del Cliente durante la telefonata.
- ✓ L'autocontrollo e la positività anche in situazioni ad "**alta pressione**".
- ✓ Vivere le domande e le obiezioni del Cliente come un'opportunità anziché come un disturbo come fonte di apprensione.
- ✓ Trasformare un **reclamo** in un'occasione per rafforzare il rapporto di fiducia con il Cliente favorendo la referenza attiva.
- ✓ Trasmettere le **informazioni scritte** con chiarezza partendo dall'oggetto della e-mail, assicurandosi che l'interlocutore (Cliente o Collega) le abbia recepite.
- ✓ Monitorare la soddisfazione dei clienti con comunicazioni telefoniche e scritte eccellenti.
- ✓ Scrivere e-mail propositive e sintetiche per aiutare il Cliente a comprendere l'essenziale in breve.
- ✓ Saper valorizzare il punto di vista del Cliente sulla proposta effettuata, afferrando gli aspetti utili/importanti per lui.
- ✓ Sentirsi responsabili al 100% del risultato della propria comunicazione.





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*).

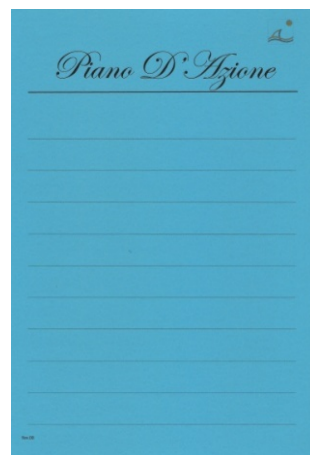


Durante le giornate d'aula:

- 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.

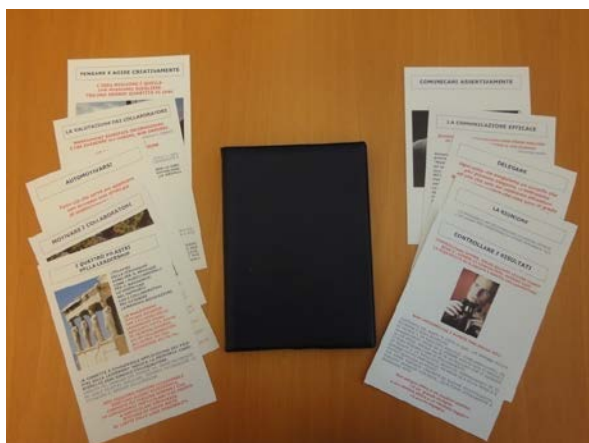


- Ogni partecipante redige autonomamente un piano d'azione con obiettivi di cambiamento concreti (che cosa, con chi, in quale situazione, come) condividendolo con i colleghi e il trainer.





- Si approfondiscono i temi teorico/pratici con modalità **maieutica**: coinvolgimento e condivisione continui, personalizzazione dei casi trattati, attenzione costante alla pratica e al miglioramento.
- 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.



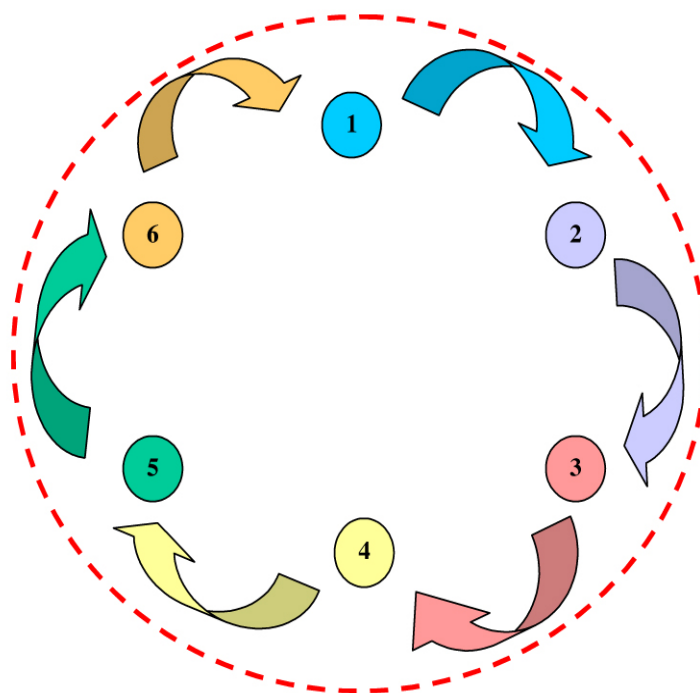
- Si favorisce l'autoapprendimento tramite letture di dispense che forniscono rinforzi teorici e inducono all'autoanalisi e all'automotivazione verso il cambiamento.





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

- 1. DIMOSTRAZIONE E ANALISI DEL PROPRIO COMPORTAMENTO ABITUALE;**
- 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.**



ASPETTI ORGANIZZATIVI