

Un piano per vendere e rivendere nel tempo

Customer & Employee Experience

Quali sono i benefici e gli elementi di un piano di vendita?
Quali sono i KPI che dobbiamo avere sempre sotto controllo?
Come possiamo usare una strategia di vendita relazionale come vantaggio competitivo?
Iscriviti a questo corso se desideri potenziare la tua capacità di «visione nelle vendite» e costruire la fidelizzazione nel tempo dei clienti



Descrizione

Non avere un piano di vendita sarebbe come iniziare una navigazione senza una meta, senza una rotta...

Un piano di vendita permette di supportare strutturalmente e metodologicamente il piano di sviluppo del business, considerando tutti gli aspetti rilevanti per raggiungere gli obiettivi.

E' altrettanto importante avere costante visibilità del processo di sviluppo del business attraverso i KPI per poter eventualmente attivare le azioni correttive necessarie.

Un piano da solo non è però sufficiente.

E' fondamentale affinare anche le abilità chiave nella vendita e comprendere come agire una vendita relazionale sempre più strategica.

Nel corso, condivideremo e analizzeremo gli step necessari per costruire un approccio alle vendite adeguato a rispondere alle nuove sfide.

Obiettivi

- Farti acquisire strumenti per progettare un piano operativo di vendita, completo delle azioni da mettere in atto per raggiungere gli obiettivi prefissati
- Mettere a fuoco i criteri di priorità per sviluppare i clienti e i KPI di controllo
- Potenziare la capacità di fidelizzare i clienti ed aumentare la tua probabilità di «vendere e rivendere» nel tempo, attraverso lo sviluppo di un approccio specifico.

Programma

- Pianificare ed eseguire: il cammino verso l'eccellenza
- Il piano di vendita: componenti e benefici
- I KPI di controllo
- Le abilità chiave nella vendita relazionale
- Gli 8 step per una vendita orientata al cliente
- Il valore di una relazione per «vendere e rivendere»

Modalità

Il corso si può tenere in Live Streaming su piattaforma Zoom o in aula fisica.

Le sessioni formative saranno improntate all'interattività e alla condivisione di domande ed esperienze. Vi sarà un'alternanza tra "pillole di contenuto" e Business Case, che permetteranno di fare "pratica". I diversi argomenti trattati saranno arricchiti da molti esempi e casi reali.