

Tecniche e psicologia di vendita per tecnici

OBIETTIVI

- riscoprire le radici profonde che alimentano le possibilità di successo di chi, portatore di una competenza e di una attitudine tecnica, è chiamato a governare la complessa e delicata relazione con il cliente. In vista della soddisfazione e della fedeltà del cliente, inseparabile dalla soddisfazione del tecnico.
- demolire i luoghi comuni attraverso cui viene interpretato il lavoro di vendita

La pressione del tempo e della concorrenza spinge le aziende a mettere in campo, a stretto contatto con i clienti, i propri tecnici, che assumono il ruolo critico di vendita in aggiunta al precedente ruolo tecnico.

I nomi che vengono dati a queste figure relativamente nuove sono diversi, tecnico-commerciale, tecnico con responsabilità di vendita, tecnico di supporto alla vendita, ma uguale è il nodo a cui rimandano: ruolo tecnico e ruolo di vendita sono assai diversi, e per le persone chiamate ad assumerli entrambi, spesso è difficile conciliarli.

L'ostacolo più forte è generato dalla diversità di relazione con il cliente, dal diverso significato che assume la relazione con il cliente nel momento della vendita rispetto al significato che assume nel momento in cui il cliente si rivolge al tecnico.

La difficoltà è accresciuta dalla diffusione degli stereotipi della vendita, che vengono rimandati al tecnico dai clienti, dai colleghi e dai capi, tendenzialmente spingendo il tecnico a sentirsi "svalutato" nel ruolo commerciale: questo innesca frequentemente un circolo vizioso, che riduce le possibilità di successo.

Tecniche e psicologia di vendita per tecnici

SINTESI DEI CONTENUTI

- I luoghi comuni del rapporto tecnico-cliente
- I luoghi comuni della vendita
- Seduzione e complementarietà
- La comunicazione interpersonale
- La relazione con il cliente: schemi difensivi automatici e assetti relazionali
- Obiettivi relazionali e obiettivi di performance
- Prodotto, prestazione e servizio
- L'ascolto della domanda del cliente
- La relazione con il cliente nel momento della vendita
- La relazione con il cliente nel momento della prestazione tecnica
- La programmazione del lavoro di vendita: il lavoro di intelligence
- Il Sistema Informativo di Marketing

E' richiesto a ciascun partecipante di farci pervenire una breve sintesi del proprio quadro di riferimento utilizzando una scheda che viene consegnata al momento dell'iscrizione. Il materiale viene utilizzato per orientare il lavoro della giornata il più possibile verso le realtà di riferimento dei partecipanti.