



VENDERE A CHI (RI)VENDE

Oggi al venditore di serramenti è chiesto un nuovo compito: “reclutare” punti vendita.

Un seminario di vendita progettato in funzione dei nuovi compiti assegnati ai venditori da parte dei produttori di serramenti che si rivolgono al canale “rivendite”: reclutare nuovi punti vendita, favorire il loro sviluppo e assicurare la crescita della propria azienda.

Durata: 1 giorno

Obiettivi

I partecipanti impareranno a:

- Fare proprio un processo di vendita per migliorare i risultati di vendita
- Costruire argomentazioni di vendita a misura del cliente
- Vendere il prodotto per l'utilità che è in grado di produrre per ciascun cliente

A chi è rivolto

Venditori di aziende produttrici di serramenti

Tempi

1 giorno; ogni sezione del corso ha una durata di circa 2 ore.

Relatore

Vladimiro Barocco, CMC.

Consulente management certificato (APCO/ICMCI). Dal 1991 apprezzato collaboratore delle riviste Finestra e Retail. Ha lavorato con molte aziende del comparto serramenti per migliorare i loro risultati. Ha scritto due libri indirizzati a produttori e rivenditori di serramenti: *Guida al marketing* e *Voglio uno show room di successo* (in qualità di curatore)

Vendere oggi: una sfida più difficile

- Vendere o reclutare nuovi punti vendita?
- Cosa devono conoscere i venditori (rainmakers): contesto di mercato, posizionamento della marca, bisogni dei rivenditori. (lavoro in sottogruppi);
- Il fattore principale per reclutare un nuovo punto vendita.

Essere padroni di un metodo di vendita

- Il processo di vendita in 7+1 passi;
- Dominare l'*imbuto delle vendite*: identificare il cliente ideale per l'azienda, qualificare il cliente che si ha di fronte;
- Pianificare ogni incontro con il rivenditore.

La vendita è teatro e ogni incontro una rappresentazione

- Il modello RAIN per la strategia di vendita;
- Il modello PASSION per organizzare il colloquio di vendita
- Combattere la banalizzazione del prodotto

Sviluppo delle argomentazioni di vendita (lavori di sottogruppo)

- Preparazione al colloquio di vendita;
- Caratteristiche, benefici, speranze e sogni;
- Superare le obiezioni;
- Il prezzo è una caratteristica del VALORE del serramento.

Documentazione

- Workbook con selezione di articoli, riferimenti a documenti presenti online, selezione slide utilizzate dal relatore.
- Ai partecipanti sarà rilasciato un attestato di partecipazione.

