

NUOVO PROGRAMMA

VENDERE SERRAMENTI CON SUCCESSO

Chi produce serramenti, per il successo della sua azienda, deve rafforzare due settori: vendite e marketing

Durata: 8 ore

Obiettivi

I partecipanti impareranno a:

- comprendere i fattori critici di successo
- migliorare l'accoglienza ai visitatori
- stabilire una relazione con i possibili clienti e guadagnare la loro fiducia
- costruire le argomentazioni di vendita
- adottare un processo di vendita

A chi è rivolto

Produttori di serramenti

Documentazione

Workbook con una selezione di slide utilizzate durante il seminario e di articoli pubblicati dal relatore

Relatore

Vladimiro Barocco, senior partner di StudioCentro Marketing. CMC, Consulente Management Certificato (APCO/ICMCI). Dal 1991 apprezzato collaboratore delle riviste Finestra, Retail e del periodico Griffer Magazine. Ha aiutato molte aziende del comparto serramenti a migliorare i loro risultati. Alla pratica abbina la teoria. 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)

 **Vladimiro Barocco**
marketing e vendite per crescere

La struttura di un'azienda di successo

- I 4 reparti di un'azienda di successo: produzione, marketing, vendite, servizi
- Le vendite come reparto che produce ordini
- Il modello IMPACT per vendere
- Fattori critici di successo dello showroom

Il processo di vendita: fasi e strumenti

- Il processo di vendita in 7 fasi
- Il percorso del cliente prima dell'acquisto
- Come il cliente cerca informazioni
- Come il cliente seleziona i possibili fornitori (artigiani o show room)

"Produrre" clienti

- Ingredienti per competere
- Alimentare la *pipeline* degli ordini
- L'imbutto delle vendite
- Avere un metodo per il successo
- La ricerca fruttuosa dei clienti
- La vendita in 4 fasi

Vendere nello show room

- L'accoglienza del cliente
- La scoperta dei bisogni dei clienti
- Costruire le argomentazioni
- Proporre il prodotto (= soluzione)

Scrivere preventivi che fanno vendere

- Non dire il prezzo, ma evidenziare il valore del serramento
- Le parti di un preventivo
- La documentazione da allegare al preventivo

Il colloquio di vendita

- Dalle caratteristiche ai benefici del prodotto
- La gestione delle obiezioni
- Massimizzare le opportunità di vendita (accessorizing)
- Come presentare il prezzo
- Controllo delle trattative

1

2

3

4

5

6



PROGRAMMA