



VENDERE SERRAMENTI A PRIVATI

Ricerca, contatto e gestione di nuovi clienti

Un seminario di vendita pensato e progettato per i venditori di serramenti che contattano direttamente i possibili acquirenti di serramenti. Il seminario affronta i temi dell'organizzazione delle attività del venditore, della ricerca dei clienti e preparazione al colloquio, delle tecniche di vendita e conoscenze richieste a un bravo venditore.

Obiettivi

Chi partecipa a questo seminario imparerà come:

- governare la propria attività;
- costruire le argomentazioni di vendita;
- fare domande interessanti;
- gestire le obiezioni;
- favorire il Sì del cliente.

A chi è rivolto

- Imprenditori
- Venditori esterni

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).

Documentazione

- Workbook con una selezione di articoli pubblicati dal relatore e slide utilizzate durante il seminario
- Ai partecipanti sarà rilasciato un attestato di partecipazione.

 **Vladimiro Barocco**
marketing e vendite per crescere

Essere venditore di successo

- Tratti di un venditore di successo
- Conoscenza del mercato e del prodotto
- Avere un processo di vendita
- Ricercare i clienti con l'aiuto dei cani da ferma
- Le quattro fasi di vendita per alte performance
- Guadagnare la fiducia del cliente
- La preparazione all'incontro

Il colloquio di vendita

- Gli strumenti di vendita
- La scoperta dei bisogni del cliente
- L'importanza delle domande
- Esempi di domande
- La "personalizzazione" del prodotto
- Argomentazioni di vendita: dalle caratteristiche ai benefici

La gestione delle obiezioni

- Leggere il Sì contenuto nelle obiezioni
- L'approccio con i diversi tipi di cliente
- Presentare il prezzo con naturalezza

Concludere il colloquio con un impegno

- Le paure del cliente
- Le paure del venditore
- Ottenere vendite maggiori

Tenere sotto controllo le trattative in corso

- Non dimenticare il cliente
- La modulistica al servizio delle vendite



1

2

3

4

5

PROGRAMMA