

# UNO STILE PER OGNI CLIENTE

Conoscere se stessi, riconoscere il cliente e guidare all'acquisto



## Obiettivi

Chi partecipa a questo seminario imparerà come:

- Partire dalla conoscenza del cliente per decidere come vendere
- Fare le domande giuste per capire i bisogni e i desideri del cliente
- Ascoltare e rispondere alle reali esigenze del cliente
- Riconoscere diverse tipologie di clienti
- Adattare il proprio stile di comunicazione e di relazione a seconda di chi si ha davanti
- Considerare le differenze tra uomo e donna

## A chi è rivolto

- Venditori interni
- Responsabili gestione showroom

## Relatore

**Elena Padovan**, psicologa del lavoro, da oltre quindici anni si occupa di formazione e consulenza per lo sviluppo delle competenze di relazione e comunicazione all'interno delle organizzazioni e nei confronti della clientela. È consigliera regionale di AIF (Associazione Italiana Formatori) nella delegazione Veneto. I suoi articoli sono pubblicati su *Nuova Finestra*, *Showroom Porte e finestre* e *Griffer Magazine*. Tra le pubblicazioni a cui ha contribuito vi sono *Voglio uno showroom di successo* e *La gestione della forza di vendita*.

## Essere venditore di successo

- L'importanza del *feeling* tra venditore e cliente
- La prima impressione e i possibili sviluppi
- Le parole, l'uso della voce e i segnali del corpo
- Il ruolo delle emozioni nelle decisioni d'acquisto
- Usare l'intelligenza emotiva per vendere

## Conoscere se stessi

- L'importanza dell'auto-conoscenza e dell'autostima
- L'Analisi Transazionale: spunti teorici per conoscere se stessi e riconoscere gli altri
- Gli Stati dell'Io: Genitore, Adulto, Bambino
- Egogramma e autoanalisi dello stile dominante di approccio al cliente
- Individuazione degli aspetti da tenere sotto controllo per riuscire ad adattarsi all'interlocutore

## Riconoscere il cliente

- L'importanza dell'ascolto
- Come riconoscere le diverse tipologie di cliente
- Come relazionarsi con i diversi tipi di cliente
- Le transazioni: incrociate, complementari, parallele
- Le differenze di genere: motivazioni e stili di acquisto di uomini e donne

## Adattarsi al cliente

- L'importanza di partire dal cliente e non dal prodotto
- Scoprire le motivazioni del cliente
- Stimolare l'espressione, ascoltare le obiezioni, proporre soluzioni
- Puntare a costruire una relazione, non solo a fare una vendita

## Documentazione

- Workbook con slide e articoli pubblicati dal relatore
- Ai partecipanti sarà rilasciato un attestato di partecipazione.
- Diario fotografico (a distanza di alcuni giorni) per prolungare l'effetto del corso