

Come trasformare i prospect in clienti acquisiti

Obiettivi

Il corso si rivolge a tutti coloro che operano nel campo della vendita e che si pongono l'obiettivo di allargare il proprio portafoglio clienti attraverso l'azione su clienti *prospect*.

Destinatari

Funzionari di vendita, agenti, venditori.

Durata

16 ore.

Premessa

"Un'Azienda che non cresce è un'Azienda destinata a finire". Queste parole pronunciate da Ford all'inizio del secolo passato sintetizzato meglio di qualunque lungo discorso la necessità vitale per ogni Azienda di vendita di acquisire in modo continuativo nuova clientela.

Ciò deve avvenire all'interno di processi ergonomici che comportano l'ottimizzazione del risultato alla minore spesa possibile di tempo e di denaro attraverso:

- la capacità di portare azione mirate a target diversi di clientela;
- le azioni di marketing diretto e indiretto;
- la qualità del contatto telefonico con la continua riduzione del rapporto chiamata/appuntamento;
- il miglioramento della trattativa con i *prospect* con la continua riduzione del rapporto; appuntamento/contratto;
- l'analisi del rapporto costi/benefici.

Contenuti del corso

- ┆ L'analisi della clientela
- ┆ La segmentazione della clientela
- ┆ Il marketing diretto
- ┆ Rapporto "clienti acquisiti/clienti potenziali" all'interno dell'agenda
- ┆ Il mailing efficace
- ┆ Costruzione di uno script di contatto telefonico
- ┆ L'approccio con il cliente *prospect*
- ┆ La creazione di statistiche efficaci
- ┆ Gli strumenti di controllo del lavoro (preventivi, in corso d'opera e consuntivi)
- ┆ L'utilizzo delle referenze attive
- ┆ La lista clienti *prospect*
- ┆ Il database unico

- ┆ *Esercitazione: role play*
- ┆ *Esercitazione: riprese video e analisi video realizzati*
- ┆ *Esercitazione: planning di controllo e supporto dei venditori*