



V3 - DA VENDITORI A MODERNI CONSULENTI COMMERCIALI

Il corso Best Seller per i commerciali per vendere secondo l'evoluzione del Mercato

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
14 - 15 maggio 2026	19 - 20 novembre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un percorso formativo considerato il Best Seller per chi quotidianamente affronta il mercato per costruire con successo le proprie vendite!

L'evoluzione dei mercati e della relazione commerciale richiede una chiara visione del ruolo e della sua evoluzione in linea con clienti sempre più esigenti e preparati.

Attraverso esercitazioni e prove pratiche i partecipanti acquisiranno una chiara metodologia in ogni fase della vendita per potersi dotare delle competenze necessarie alla professione.

Obiettivo fondamentale sarà apprendere come capire e farsi capire dal cliente scoprendo ogni aspetto tecnico e relazionale necessario, in un confronto continuo con le metodologie più utilizzate dai venditori vincenti.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite
- Funzionari di Vendita
- Tecnici Commerciali
- Tecnici in evoluzione sul ruolo commerciale
- Back Office commerciale
- Chiunque interessato a comprendere la funzione commerciale/vendite (produzione, acquisti, etc.)

APPRENDERETE A...

- Comprendere l'evoluzione della funzione vendite in linea con i cambiamenti dei mercati
- Definire chiaramente il ruolo di consulente commerciale
- Definire e sviluppare le competenze tecniche e relazionali necessarie
- Identificare obiettivi personali e professionali e collegarli
- Comprendere l'importanza della pianificazione
- Misurare l'efficacia della propria azione commerciale
- Distinguere le fasi del processo di vendita
- Saper intervistare il cliente e argomentare correttamente
- Concludere sempre nel modo migliore

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definire le competenze necessarie al ruolo e autoverificarle
- Come tradurre un obiettivo in un piano di azione
- Esercitarsi con metodo a definire gli obiettivi di ogni singola visita
- Definire i vantaggi competitivi della propria azienda confrontandosi con i concorrenti
- Argomentare in modo efficace i plus dell'offerta
- Metodo di presentazione del prezzo

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V3 - DA VENDITORI A MODERNI CONSULENTI COMMERCIALI

PROGRAMMA

L'era del cambiamento

- Evoluzione della funzione delle vendite
- Da funzione tattica a funzione strategica
- La centralità della funzione vendite
- I rapporti con le altre funzioni aziendali
- Cambiamenti nei vantaggi competitivi dell'azienda

La Pianificazione e la previsione di vendita

- Elementi del processo di Pianificazione
- Perché è importante Pianificare l'azione di vendita?
- Differenza tra pianificare e prevedere

Obiettivi personali e obiettivi aziendali: quale legame?

- Pianificare i propri obiettivi
- Reattività Vs Proattività commerciale
- Definizione di una strategia di "contatto" con le diverse tipologie di clienti
- Gli strumenti per organizzarsi: piani di prospezione - piani di zona - strumenti di controllo

L'analisi di mercato come supporto all'attività di vendita

- Individuare i punti forza e di debolezza della propria offerta
- Gli elementi che distinguono l'offerta dell'azienda: prodotti, servizi e loro posizionamento strategico
- Confronto con la concorrenza
- Definizione di una strategia di "contatto" con le diverse tipologie di clienti

Profilo e competenze del Moderno consulente commerciale

- Analisi della posizione: il ciclo di vita del venditore, obiettivi, qualità personali e professionali richieste dal ruolo
- Cosa vuol dire vendere oggi: ruolo e attività del commerciale
- L'Identikit: competenze necessarie e missione
- Misurare l'efficacia della propria azione commerciale (curve di caduta)

Il moderno consulente commerciale

- Cosa vuol dire vendere oggi: ruolo e attività del commerciale
- L'Identikit: competenze necessarie e missione
- Misurare l'efficacia della propria azione commerciale (curve di caduta)

Le fasi del processo di vendita per costruire il risultato

- La preparazione tecnica e relazionale
- Osservazione e ascolto del cliente
- Un metodo efficace per preparare la visita
- L'approccio positivo: tre obiettivi fondamentali

Analisi dei bisogni e delle motivazioni d'acquisto

- Analizzare il processo di acquisto del cliente
- BtB e BTC: bisogni differenti
- Creare la Best Question List

La valorizzazione dell'offerta

- Costruire le proprie argomentazioni sui bisogni del cliente
- La tecnica dei benefici per il cliente
- Presentare il prezzo e i termini dell'offerta

Concludere nel modo migliore la visita

- Analizzare l'esito della visita in ogni fase
- Costruire la relazione anche di fronte all'esito negativo
- Aggiornare obiettivi e scheda cliente
- Il post vendita per fidelizzare: cosa fare dopo