



V4 - VALUE SELLING

Creare valore e interesse nella vendita per difendere il proprio prezzo

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

31 marzo - 1 aprile 2026 | 23 - 24 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Molti commerciali, anche di lungo corso, iniziano ad avere problemi quando si parla di denaro e si viene posti di fronte all'aut-aut: cedere sul prezzo o rinunciare all'affare.

In tanti capitolano ma in realtà esiste una strategia efficace che toglie potere al cliente ed evita di ridurre drasticamente i propri margini di guadagno.

La qualità nella preparazione della visita costituisce il 60% delle probabilità di successo purché si abbia una metodologia chiara e la si applichi.

Come motivare il cliente all'incontro creando interesse? Come applicare la vendita proattivamente e positivamente? Come gestire l'obiezione sul prezzo?

Questo Corso vi darà le risposte per difendere i propri margini e costruire "Value Selling" (valore percepito dal cliente).

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili vendite
- Funzionari di vendita
- Tecnici commerciali
- Tecnici in evoluzione sul ruolo commerciale
- Back office commerciale

APPRENDERETE A...

- Preparare correttamente ogni tipo di incontro commerciale
- Adottare un atteggiamento proattivo verso il proprio business
- Analizzare il portafoglio clienti come strumento di definizione di una strategia commerciale locale
- Gestire le risorse assegnate in funzione dei risultati
- Creare interesse nel cliente, creare RAPPORT presentando i vantaggi dell'incontro
- Trasferire caratteristiche e vantaggi per tutte le linee ed i prodotti/servizi interessati, esaltandone il valore agli occhi del cliente
- Saper applicare tutti gli strumenti per poter aumentare vendite e fatturati proteggendo i margini
- Gestire le obiezioni di prezzo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Determinare gli obiettivi per ogni singolo cliente
- Creare una strategia per gruppi di clienti identificati
- Creare la Best question list per cogliere le esigenze del cliente
- Preparare le controobiezioni e gli argomenti corretti
- 10 tecniche per gestire le obiezioni

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



V4 - VALUE SELLING

PROGRAMMA

I cambiamenti in atto

- Le aree di cambiamento che stanno modificando il modo di porsi di un'azienda sul mercato
- Le nuove 3 leve per essere competitivi sul mercato: cosa stanno facendo i leader

Prepararsi per affrontare al meglio i clienti target

- Pianificare e preparare tutti gli obiettivi di sviluppo commerciale
- Definire le attività, risorse e valori che blindano il processo di budget di periodo
- Le 6 fasi di sviluppo di un Sales Plan

Dall'analisi del portafoglio clienti alla creazione dei giri visita

- Saper analizzare il proprio portafoglio di clienti
- Elaborare diverse strategie commerciali per gruppi di clienti
- Inserire ogni cliente in un approccio commerciale adeguato

Un processo integrato per sviluppare una relazione di business

- Dall'idea di business alla proposta a valore
- I primi criteri di qualificazione di una opportunità di business
- I 4 modelli di percezione di valore per una figura sales

Guidare la percezione del cliente con le domande giuste

- Un modello di come impostare le interviste
- Creare la Best Question List per ogni cliente
- Motivazioni e bisogni evidenti e latenti da scoprire
- Comprendere come ragiona e valuta la nostra proposta

Come costruire e proporre una proposta di valore

- Un modello di costruzione di offerta
- Il processo decisionale del cliente ed i 4 parametri di valutazione
- Saper vendere una soluzione: il processo e l'approccio di valore

Gestire le obiezioni sul prezzo

- Cos'è un'obiezione?
- Tipologie di obiezioni diverse
- 10 tecniche per gestire l'obiezione "È troppo caro!"

Business Case: una opportunità di influenzare il cliente nella scelta della nostra soluzione

- Role Play: studio di un caso e simulazione di un processo di qualificazione di offerta
- I KPI di valutazione e scelta di un cliente
- Il manifesto di sintesi di una relazione efficace