

Corso Fare un preventivo e negoziarlo

QUANDO: dalle 9 alle 18, lunedì 3 e martedì 4 luglio

DOVE: Milano, Scuola Superiore CTSP, Via Murillo 17

COME ISCRIVERSI: mandare un'e-mail a formazione@actainrete.it indicando il corso al quale si è interessati (possibile l'iscrizione ad entrambi). Riceverai in risposta un'e-mail che ti conferma la disponibilità di posti e le indicazioni per procedere al bonifico bancario: a quel punto sarai iscritto.

QUANTO COSTA: due giornate di corso teorico con esercitazioni pratiche e simulazioni, **euro 250+IVA**. Il corso è riservato ai soci Acta.

Obiettivi del corso

Il corso fornisce strumenti tecnici per costruire un preventivo corrispondente alla propria attività e lavora sulle abilità di portare a termine una negoziazione soddisfacente

Prima mattinata: “Come si costruisce un preventivo”

Come scompongo il mio lavoro
Quali sono i costi, che voci devo esplicitare
Quali sono i costi indiretti (attività di staff) e come li computo
Quanto quoto le varie attività
Il mercato di riferimento
Scorporare il servizio: preventivo componibile”
Gli extra e il post vendita
Costruisco il mio preventivo.

Docente: Cristina Zanni, ricercatrice, formatrice, orientatrice, consiglio direttivo Acta.

Pomeriggio prima giornata e seconda giornata: “Negoziare un accordo”

La preparazione della negoziazione con il cliente

Valutare i propri interessi e il massimo a cui tendere, il minimo sotto cui il contratto non è accettabile, le domande da porre, le informazioni da mettere a disposizione
Valorizzare il proprio modo di presentarsi, le “ancore”
La traccia di intervista per clienti potenziali e clienti acquisiti.

L'approccio al Cliente

Specificità dell'approccio telefonico.
Specificità dell'approccio di persona.
Specificità dell'approccio via e-mail.

L'intervista con il Cliente

Come far emergere esigenze esplicite e latenti.
Come identificare il processo di acquisto del cliente e i ruoli implicati.
Esigenze aziendali e bisogni personali

La proposta al Cliente

Saper evidenziare vantaggi e benefici per il cliente.

Elementi di comunicazione persuasiva

Saper formulare un'offerta valorizzante.

Un metodo per gestire le obiezioni.

Le domande di contenuto ed emotive del cliente.

Gli aspetti negoziali della vendita

Lo "spazio negoziale".

Negoziazione distributiva, integrativa e accomodante: logiche e risultati

La strategia distributiva: vantaggi e svantaggi

La strategia integrativa: vantaggi e svantaggi

La strategia accomodante: vantaggi e svantaggi

Durante la negoziazione: accorgimenti utili ed errori da evitare.

Elementi razionali ed irrazionali nella presa di decisione

La gestione dell'emotività e dello stress

Guidare verso la conclusione positiva

Le attenzioni in fase di chiusura della trattativa.

Docente: **Enrica Poltronieri**, formatrice e consulente nelle aree di creatività e innovazione e efficacia commerciale.