

LA BATTAGLIA DELLE OBIEZIONI: COME VINCERLA E CHIUDERE LA VENDITA?

Le obiezioni rappresentano uno degli ostacoli principali nel processo di vendita e, se gestite in modo conflittuale, possono compromettere il lavoro svolto. Questo corso aiuta i partecipanti a comprendere le cause delle obiezioni e propone un approccio pratico per affrontarle senza scontro, migliorando la qualità della relazione con il cliente.

Obiettivi

Il corso mira a fornire un metodo efficace per superare le obiezioni, cambiare il punto di vista del cliente in modo costruttivo e riconoscere il momento opportuno per chiudere la vendita. Si lavorerà anche sulla propensione alla chiusura, per accompagnare il cliente verso una decisione finale in modo naturale e positivo.

Destinatari

Il corso è rivolto a tutti i professionisti che lavorano all'interno dell'area commerciale delle aziende, ad agenti e sub agenti, che desiderano affinare le proprie competenze nella gestione delle obiezioni e nella chiusura delle vendite.

Contenuti

- Cosa sono le obiezioni e da dove nascono
- Prevenire le obiezioni: come farlo durante il processo di vendita
- Anticipare è diverso da prevenire: utilizzare l'anticipazione con cautela
- Le diverse tipologie di obiezione: come riconoscerle fin da subito
- Raffino, converto, rispondo: come applicare il metodo sulle obiezioni
- 10 tecniche alternative per gestire le obiezioni
- Sapersi mettere nei panni del cliente: paure, dubbi, preoccupazioni
- La tendenza a «fuggire» che abbiamo durante un'obiezione: come evitarla e andare fino in fondo
- Cosa guida le decisioni dei nostri clienti e su cosa fare leva
- Metodi per spingere l'altro a prendere una decisione
- L'importanza del timing
- Teoria dei giochi e propensione al rischio
- Superare la paura del rifiuto per spingere a chiudere

Docente

Emiliano Grandi fa parte del Team Risorsa Uomo, ha una formazione in Scienze della Comunicazione e una passione per la musica, coltivata al Conservatorio di Bologna. Lavora in Generali nel 1991, dove si occupa di formazione e promuove la cultura della condivisione. Nel 1999 approda a Tele+, dove lavora in ambito commerciale, per poi passare a Sky nel 2003. Dal 2011 ricopre il ruolo di Training & Knowledge Manager, concentrandosi sull'impatto delle nuove tecnologie nei processi cognitivi e nelle attività commerciali. Nel corso della sua carriera ha collaborato con realtà come Mediaworld, Google, Poste Italiane, Fastweb e Tim.