LA PRESA DI APPUNTAMENTO NEL B2B

Attivare contatti mirati per creare opportunità di incontro con clienti potenziali in ambito B2B

BREVE DESCRIZIONE

Una sessione di 1 giornata d'aula o di 4 ore d'aula + di 4 ore di affiancamento nello svolgimento di contatti telefonici. Percorso di accompagnamento di 4 settimane con frequenti contatti tramite telefono, mail e video-conference.

OBIETTIVI DEL CORSO

Migliorare le percentuali di successo nella presa di appuntamento. Sviluppare la capacità di coinvolgere il referente e avviare una relazione.

A CHI È DIRETTO

Funzionari di vendita, Key Account.

IN COSA SI DIFFERENZIA

Nell'assistenza per la realizzazione del piano comunicazione per lo sviluppo di contatti e nell'affiancamento nell'attuazione delle prime telefonate. Percorso di accompagnamento di 4 settimane vs crescita dei risultati

RIASSUNTO ARGOMENTI DEL CORSO

- Predisporre un piano di sviluppo
- Elaborazione di un piano di lavoro e dei relativi obiettivi
- Differenziare e valorizzare la propria offerta nel confronto competitivo
- Modalità di comunicazione e di contatto con il target
- La gestione del contatto telefonico: approccio mentale, metodo, stile e "passo di gara"
- Contenuti, stile e pianificazione della comunicazione
- Il superamento dei filtri
- Client Leadership: ottenere attenzione e fiducia da parte dell'interlocutore
- Client Leadership: indirizzare con domande il colloquio
- Risultare convincenti: autorevolezza e frasi killer
- Mappare e qualificare il cliente
- Esigenze espliciti e latenti
- Presentare soluzioni efficaci e motivare all'incontro
- L'attivazione e lo sviluppo del proprio network professionale per l'attivazione di contatti sponsorizzati
- La crescita del proprio network personale per acquisire segnalazione e contatti
- Reporting, gestione ed utilizzo del CRM
- La pianificazione settimanale e mensile delle attività in funzione dei risultati attesi